

REVISTA

22 Anos / Years – nº 145 – 2021

ELETROPOLAR

REVISTA DE NEGÓCIOS PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROEQUIPAMENTOS, TI E UD

NEWS

EDITORA
C&C

Exclusive Interview

ENTREVISTA EXCLUSIVA

TELHANORTE TUMELERO: PERSONALIZAR O ATENDIMENTO É ESSENCIAL AO VAREJO

Telhanorte Tumelero: Customizing
service is essential for retail

**“A gente não pode se apaixonar pela
solução, mas sim pelo problema,
para não ficar obsoleto.”**

JULIANO OHTA, CEO DA TELHANORTE TUMELERO

*“We can't fall in love with the solution, but with the
problem instead, so not to become obsolete.”*

Juliano Ohta, Telhanorte Tumelero CEO

Eletrolar Show

**RETORNO PRESENCIAL DA FEIRA REPRESENTA A
CONSOLIDAÇÃO DA RETOMADA DO MERCADO**

Eletrolar Show – The return of the face-to-face trade fair
represents the consolidation of the market's recovery

5G Muda Tudo

**ENTREVISTA COM O MINISTRO
DAS COMUNICAÇÕES**

5G Changes everything – Interview
with the Minister of Communications

Natal

**DESAFIOS E VANTAGENS DO
VAREJO NO NATAL 2021**

Christmas – Challenges and
advantages in retail at Christmas 2021

O m² mais inteligente do bairro vai ser o seu.

Com **Positivo Casa Inteligente**
você tem **segurança, conectividade**
e **automação** em todos os ambientes.
E ainda dá pra controlar tudo direto
pelo **app** ou por voz: é só conectar
no **Google Assistente** ou na **Alexa**.
Vai dizer que não é um jeito bem
mais inteligente de **controlar sua casa?**



Acesse nosso site
pelo QR Code e
transforme sua casa.



POWERED BY
POSITIVO
TECNOLOGIA



POSITIVO
CASA INTELIGENTE

PARA
BRI-TA-NI-AR
SUA VIDA



4 EM 1

FRITA SEM ÓLEO,
ASSA, REAQUECE
E DESIDRATA



CATEGORIA VENCEDORA NO
PRÊMIO TOP OF MIND

www.britania.com.br

Imagens meramente ilustrativas. Em virtude de constantes aperfeiçoamentos em sua linha de produtos, a Britânia reserva-se o direito de proceder, sem aviso prévio, às modificações técnicas que julgar convenientes. *Em relação aos demais modelos de fritadeiras da Britânia.



AIR FRY
OVEN
A EVOLUÇÃO
DA AIR FRY



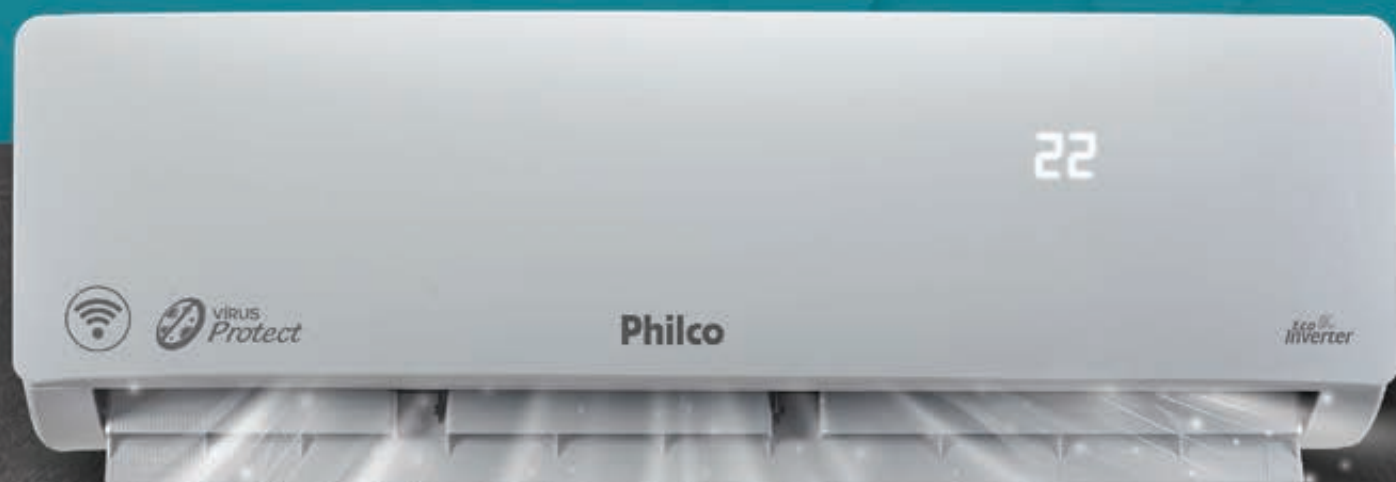
★ LINHA ★
AIR FRY BRITÂNIA



BRITANIA
Para Britaniar sua vida

NOVA LINHA DE
ARES-CONDICIONADOS

Philco



**Eco
Inverter**

ATÉ **70%**
ECONOMIA DE ENERGIA

ATÉ **40%**
DE REFRIGERAÇÃO
MAIS RÁPIDA

www.philco.com.br

Imagens meramente ilustrativas. Em virtude de constantes aperfeiçoamentos em sua linha de produtos, a Philco reserva-se o direito de proceder, sem aviso prévio, as modificações técnicas que julgar convenientes.

O QUE HÁ DE MELHOR EM TECNOLOGIA E ECONOMIA DE ENERGIA



**EFICIÊNCIA
ENERGÉTICA**



App Gratuito
**Smart Life
Philco**

Controle tudo pelo
smartphone.



**VÍRUS
Protect**
Combate os vírus,
mofo, bactérias
e odores do
ambiente

**UMA LINHA
COMPLETA**
Diversos modelos
disponíveis

LINHA DE
ARES- CONDICIONADOS Philco



Philco
TEM COISAS QUE SÓ A PHILCO FAZ PRA VOCÊ.

Agradecemos aos nossos amigos
e parceiros por mais este ano!

Desejamos a vocês e às suas famílias
um excelente Ano Novo,
repleto de saúde, prosperidade
e das melhores escolhas.

Conte sempre com a gente!

Feliz 2022!





REFESEN

MONDIAL
ELETRODOMÉSTICOS



TOP OF MIND FRITADEIRA

A Mondial é a marca de Air Fryer e



Acesse:    /mondialbr
emondial.com.br



31
ANOS

TOP OF MIND MÁQUINA DE CAFÉ

cafeteiras que está na cabeça dos consumidores.



REPENSE

MONDIAL
ELETRODOMÉSTICOS

Nova linha de caixas amplificadas Mondial.

Para aumentar o volume de suas vendas.



*Mondial,
a escolha
inteligente*



REFESENSE

MONDIAL
ELETRODOMÉSTICOS

BLACK FRIDAY, NATAL E RÉVEILLON.
APROVEITE AS MELHORES DATAS
COM AS **MELHORES EXPERIÊNCIAS.**

LG OLED GALLERY



A TV contida na imagem é ilustrativa, não acompanha o suporte Gallery Stand e deve ser adquirida separadamente. O suporte Gallery Stand é compatível com os seguintes modelos da LG: 65OLEDG1, 65OLEDC1, 55OLEDC1, 65OLEDA1, 55OLEDA1, 65NANO85SPA, 55NANO85SPA, 65NANO80SPA, 55NANO80SPA, 65NANO75SPA, 55NANO75SPA, 65UP7750PSB, 60UP7750PSB, 55UP7750PSB.

LG GRAM



LAVA E SECA SMART LG



LG XBOOM GO PL7

Corra e garanta agora mesmo
as grandes inovações da LG para sua casa.

Acesse www.lg.com/br



Matéria de capa
pág. **24** Entrevista exclusiva
TELHANORTE TUMELERO
Nova cultura e maior agilidade
COVER STORY
EXCLUSIVE INTERVIEW TELHANORTE TUMELERO
NEW CULTURE AND GREAT AGILITY

EDITORIAL 18

5G NO BRASIL
BENEFÍCIOS, DÚVIDAS E DESAFIOS
5G IN BRASIL – BENEFITS, QUESTIONS,
AND CHALLENGES 46

SMARTPHONES E ACESSÓRIOS
TECNOLOGIA E EVOLUÇÃO DAS CATEGORIAS
SMARTPHONES AND ACCESSORIES – TECHNOLOGY
AND EVOLUTION IN THE CATEGORIES 58

NATAL 2021
REENCONTRO DAS FAMÍLIAS TERÁ REFLEXOS
NO MOVIMENTO DE COMPRAS
CHRISTMAS 2021 – FAMILY REUNIONS WILL
REFLECT ON THE PURCHASING BEHAVIOR 80

ELETROLAR SHOW 2022
MERCADO RECEBE DE BRAÇOS ABERTOS
RETORNO DA FEIRA
MARKET WELCOMES WITH OPEN ARMS
THE EVENT RETURN 88

CHURRASCO, PAIXÃO NACIONAL
CHURRASQUEIRAS ESTÃO INCORPORADAS AO DIA
A DIA DOS BRASILEIROS
BARBECUE, A NATIONAL PASSION – BARBECUE
GRILLS ARE PART OF BRAZILIANS EVERYDAY LIFE 100

BOM MOMENTO PARA AS CERVEJEIRAS
FESTAS DE FIM DE ANO E VERÃO
IMPULSIONAM AS VENDAS

GOOD MOMENT FOR BEER FRIDGES –
NEW YEAR'S CELEBRATION AND
SUMMER ARE SALES DRIVERS 114

PANASONIC
MARCA ALIA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA À ECONOMIA
BRAND COMBINES TECHNOLOGICAL
INNOVATION WITH ECONOMY 122

ATLAS ELETRODOMÉSTICOS
ATIVIDADE CONSTANTE GARANTE O CRESCIMENTO
CONSTANT ACTIVITY ENSURES GROWTH 126

ESPECIAL GITEX GLOBAL 2021
ROBÔS E CARROS COM IA NA FEIRA DE TECNOLOGIA
GITEX GLOBAL 2021 – SPECIAL
ROBOTS AND CARS WITH AI AT THE
TECHNOLOGY FAIR 132

DOSSIÊ – PURIFICADOR DE ÁGUA
NOS ÚLTIMOS 12 MESES, FORAM VENDIDOS
70 MILHÕES DE FILTROS DE ÁGUA
DOSSIER / WATER PURIFIERS – IN THE LAST
12 MONTHS, 70 MILLION WATER FILTERS WERE 134

ARTIGOS – ARTICLES

ABRADISTI	139
ABRASA	140
ABREE	141
ELETROS	142
FECOMERCIO SP	143
GREEN ELETRON	144
SUFRAMA	145

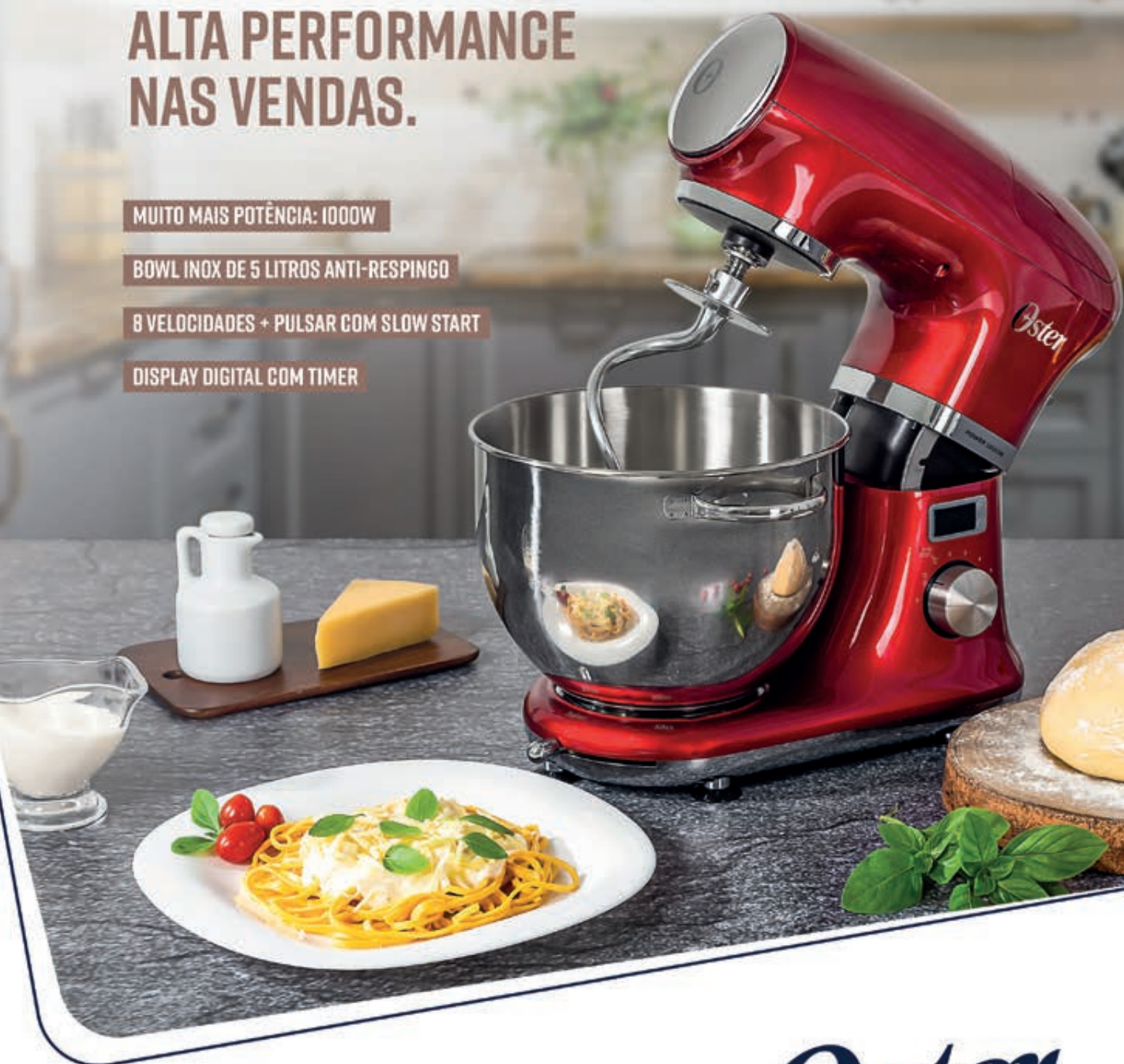
ALTA PERFORMANCE NOS PREPAROS. ALTA PERFORMANCE NAS VENDAS.

MUITO MAIS POTÊNCIA: 1000W

BOWL INOX DE 5 LITROS ANTI-RESPINGO

8 VELOCIDADES + PULSAR COM SLOW START

DISPLAY DIGITAL COM TIMER



A Batedeira Planetária Digital é mais sofisticação para os seus clientes e mais potência para as suas vendas. É o design aliado à tecnologia e ao máximo desempenho. Entre em contato e faça o seu pedido.

Aponte a câmera do celular para o QR Code e assista ao vídeo do produto.

OSTER.COM.BR

Oster®

SINTA A DIFERENÇA!

Classificada como home center inteligente, a Telhanorte Tumelero mostra, nesta edição, alguns dos resultados de sua transformação, o que nos motivou a levar a empresa para a matéria de capa. Além de testar conceitos, uma prática saudável para o varejo, a rede, a única que conta com um home center aberto 24 horas, em São Paulo, mostra mais agilidade e criatividade. Em 2022 – e esta é uma boa notícia para o nosso setor – aumentará a oferta de eletroportáteis, inclusive de produtos premium, em todas as suas lojas.

Nesta edição, abrimos espaço para os expositores da **Eletrolar Show**, que receberam de braços abertos a realização presencial da feira, no período de 11 a 14 de julho de 2022. Mais um tema importante é o 5G, a próxima geração de rede de internet móvel, com maior velocidade, mais conteúdo, interação em tempo real e novas interfaces. A proximidade do verão também nos levou a destacar dois eletroportáteis, churrasqueira e cervejeira, cuja alta estação é a temporada mais quente do ano, quando as vendas dão um salto no varejo.

Bons negócios!

Classified as an intelligent home center, Telhanorte Tumelero shows, in this edition, some of the results of its transformation, which motivated us to take the company to the cover story. In addition to testing concepts, a healthy practice for retail, the chain, the only one with a 24-hour home center in São Paulo, shows more agility and creativity. In 2022 – and this is good news for our sector – it will increase the offer of small appliances, including premium products, in all its stores.

In this edition, we open space for the Eletrolar Show exhibitors, who welcomed with open arms the in-person event to take place from July 11 to 14, 2022. Another important theme is 5G, the next generation of mobile internet network, with greater speed, more content, real-time interaction and new interfaces. The proximity of summer also led us to highlight two small appliances, barbecue and beer fridges, whose high season is the hottest season of the year, when retail sales take a leap.



Carlos Clur

Good Business!

CEO & Publisher - Carlos Clur - clur@gruopoeletrolar.com
Diretor / Director - Mariano Botindari
Diretora Comercial / Commercial Director - Cidinha Cabral
Editora-chefe / Chief Editor - Leda Cavalcanti
 (Jorn. resp. – MTb. 10.567) - leda@editoracec.com.br
Repórter / reporter - Dilnara Titara - redacao@editoracec.com.br
Revisoras / Reviewers - Abigail Cardoso e Maria Inês Caravaggi
Fotografia / Photography - Beto Assem, Fredy Uehara / Uehara Fotografia e
 Stúdio Thiago Henrique
Relações Públicas - Imprensa / Public Relations - Press - Dilnara Titara e Paola Fernandez
Arte / Art - Adalton Martins
Gerente de Marketing Internacional / International Marketing Manager - Roberta Zogbi
Marketing e Assinaturas / Marketing and Subscriptions - Tatiana Lopes
Publicidade / Advertising - Ricardo Kühn, Simone Aguiar, Cintia Araujo e Eliana Cesario
Gerente Operacional / Operations Manager - Marcus Ferrari
Tradução / Translation - Roberta Zogbi e Rosa Bernarda

Eletrolar News é uma publicação da C&C Comercial do Brasil Ltda.
 Rua Luigi Galvani, 42 - 5º andar
 CEP 04575-020 - São Paulo - SP - Brasil
 Tel: (55 11) 3035 1030
 Fax: (55 11) 3035 1034
 www.editoracec.com.br info@editoracec.com.br

Grupo Eletrolar Argentina SRL
 Av. Córdoba, 5.869, 1º A
 (C1414BBE) CABA - Buenos Aires - Argentina
 Tels. (54 11) 4773-5656 / 7371 / 8737
 www.editoracyc.com.ar info@editoracyc.com.ar

Grupo Eletrolar LLC
 66 W Flagler ST # 989
 33130 - Miami - FL - USA
 Tels. +1 786 600 1816
 www.gruopoeletrolar.com commercial@gruopoeletrolar.com

ELETROLAR NEWS é uma revista de negócios para a indústria e o varejo de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, celulares, TI e UD. As matérias, marcas, produtos, ilustrações e preços têm caráter exclusivo de informação e sua publicação não implica compromisso ou responsabilidade.

ELETROLAR NEWS is a business magazine for the industry and retail of consumer electronics, home appliances, mobile phones, housewares and IT. The materials, brands, products, illustrations and prices are exclusive information and this publication does not imply commitment or responsibility.

ELETROLAR NEWS não recebe remuneração pelas informações que publica. Os editores não se responsabilizam pela opinião dos entrevistados, ou pelo conteúdo das matérias recebidas por meio da assessoria das empresas citadas. A reprodução total ou parcial das matérias só será permitida após prévia autorização da editora.

ELETROLAR NEWS does not receive remuneration for the information it publishes. The editor is not responsible for the opinion of the interviewees, or for the content of the material received through the press office of the companies mentioned. The total or partial reproduction of the materials will only be published after previous authorization of the editor.



G-DÍAMOND

A TECNOLOGIA E QUALIDADE

que só a Gree tem como você nunca viu

AGUARDE



Panasonic

A+++

+ de 30%
de economia
de energia

A ECONOMIA QUE SEUS CLIENTES PROCURAM ESTÁ NAS GELADEIRAS PANASONIC.

A +++

A classificação do selo de eficiência energética do Inmetro mudou e comprovou o que já sabíamos: as geladeiras Panasonic estão entre as **mais econômicas do Brasil**. É tecnologia a serviço de um consumo mais inteligente, gerando benefícios para o planeta e para o bolso.



Saiba mais

*Produtos Inverter, considerando a nova classificação energética do Inmetro. Alguns produtos podem conter ainda a etiqueta no padrão antigo, porém o consumo se enquadra na atual classificação.

CRIADO PRA VOCÊ



NR-BB53
Aço Escovado

NR-BB71
Black Glass

NR-BT55
Branca

Conheça todos os diferenciais em: www.panasonic.com/br

 [panasonic.br](https://www.facebook.com/panasonic.br)

 [@PanasonicBrasil](https://www.instagram.com/PanasonicBrasil)

ATLAS ELETRODOMÉSTICOS
NOSSOS PRODUTOS VÃO AUMENTAR SUAS VENDAS
PARA TER UM FELIZ NATAL DE VERDADE!

EM UM PERÍODO DE ADVERSIDADE EM QUE PASSAMOS,
SEGUIMOS SEMPRE COM UM OBJETIVO EM COMUM:
VENDER PRODUTOS COM A MELHOR QUALIDADE.



Magister Style

- Frente Full Glass espelhada;
- Puxador e mesa de vidro sextavados;
- Grades 6 pontos de apoio reforçadas.



Escanele o QR Code
ou acesse dako.com.br

SAC: 0800.707.1696 Venda Direta: 0800.643.6076

 /dakoeletrrodomesticos  @dakoeletrrodomesticos

 /dakoeletrrodomesticos

DAKO

Ainda melhor.

NEW U.TOP

O **INGREDIENTE** QUE FALTAVA NA COZINHA.



- Mesa de inox que evita derramar líquidos;
- Versão Style com frente Full Glass espelhada;
- Puxador expandido e mega visor de forno.



Escaneie o QR Code
ou acesse dako.com.br

SAC: 0800.707.1696 Venda Direta: 0800.643.6076

[f /atlaselrodomeesticos](https://www.facebook.com/atlaselrodomeesticos) [@atlaselrodomeesticos](https://www.instagram.com/atlaselrodomeesticos)

[YouTube /atlaselrodomeesticos](https://www.youtube.com/atlaselrodomeesticos)

 **ATLAS**

SOMOS
ESPECIALISTAS
EM *fogões*

JULIANO OHTA
CEO



MATÉRIA DE CAPA / TELHANORTE TUMELERO
COVER STORY / TELHANORTE TUMELERO

por / by **Leda Cavalcanti**

TELHANORTE TUMELERO: PERSONALIZAR O ATENDIMENTO É ESSENCIAL AO VAREJO

**TELHANORTE TUMELERO: CUSTOMIZING
SERVICE IS ESSENTIAL FOR RETAIL**

MATÉRIA DE CAPA - COVER STORY

Ao testar conceitos e colocar em prática iniciativas adequadas a determinadas situações, a Telhanorte Tumelero mostra o lado mais arrojado de sua transformação, que, desde 2018, é comandada por Juliano Ohta, administrador de empresas pela Fundação Getúlio Vargas, com mestrado em empreendedorismo pela École Supérieure de Commerce de Paris, França, e líder do Comitê de Pessoas e ESG do Instituto para o Desenvolvimento do Varejo. A empresa, que é a divisão de varejo do Grupo Saint-Gobain, está com nova cultura e maior agilidade. Derrubou paredes internas, investiu em treinamento e entrou forte no e-commerce, cujas vendas cresceram quatro vezes na pandemia.

Classificada como um home center inteligente, oferece consultoria com arquitetos e engenheiros. **Em 2022, vai aumentar a oferta de eletroportáteis em todas as suas lojas e entrará com o serviço de aluguel de ferramentas.** Ampliou a área de organização, decoração e jardinagem, ambientou os espaços de iluminação. Sua novidade mais recente é a parceria feita com artistas e designers, que criarão peças exclusivas para a rede. "A gente não pode se apaixonar pela solução, mas sim pelo problema, para não ficar obsoleto", diz o executivo.

By testing concepts and putting into practice initiatives appropriate to certain situations, Telhanorte Tumelero shows the boldest side of its transformation, which, since 2018, has been led by Juliano Ohta, business administrator from Fundação Getúlio Vargas, with a master's degree in entrepreneurship from École Supérieure de Commerce Paris, France, and leader of the People and ESG Committee of the Institute for Retail Development. The company, which is the retail division of the Saint-Gobain Group, has a new culture and greater agility. It knocked down internal walls, invested in training and entered e-commerce, whose sales grew four times during the pandemic.

Classified as an intelligent home center, it offers consultancy with architects and engineers. **In 2022, it will increase the offer of small appliances in all its stores and will start a tool-rental service.** It expanded the organization area, decoration and gardening, set the ambience for the illumination spaces. Its most recent novelty is the partnership made with artists and designers, who will create exclusive pieces for the chain. "We can't fall in love with the solution, but with the problem instead, to not become obsolete", says the executive.



elgin



Linha Eletroportáteis

Mais do que
você imagina.

70 anos. Orgulhosamente Brasileira.



elgin.com.br



Conheça a linha completa aqui

“Fidelizar é um grande desafio. O custo de aquisição do cliente está muito alto. Então, tenho que grudar nele, saber o que quer e quais são as suas necessidades. Preciso dar a ele uma assistência personalizada. É uma forma de garantir a fidelização.”

“Customer retention is a great challenge. Customer acquisition cost is too high. So, I have to stick with him, know what he wants and what his needs are. I need to give him personalized assistance. It's a way to guarantee loyalty”

Com 48 unidades Telhanorte nos Estados de São Paulo, Minas Gerais e Paraná, e outras 27 Tumelero no Rio Grande do Sul, tem 4,4 mil funcionários e disponibiliza mais de 40 mil itens em suas lojas, cuja metragem varia de 4 mil a 8 mil metros quadrados. Foi a primeira rede brasileira de construção a adotar o conceito de home center de proximidade, a TelhanorteJá, e conta com o único home center aberto 24 horas, na Marginal Tietê, na cidade de São Paulo. Neste ano, foi eleita a empresa mais admirada na categoria de construção civil pelo Ranking Ibevar-FIA. Mesmo sem citar números, o CEO atesta, nesta entrevista exclusiva para **Eletrolar News**, que a rede cresceu dois dígitos.

A QUE SE DEVE O BOM DESEMPENHO DA EMPRESA NOS ÚLTIMOS DOIS ANOS?

JULIANO OHTA – Nosso faturamento cresceu dois dígitos, nunca se vendeu tanto em um período. Dois fatores contribuíram para isso. O primeiro foi o fato de a pandemia ter levado as pessoas a ficarem centradas em suas casas e, conseqüentemente, passaram a cuidar mais delas. O segundo fator foi a empresa ter conseguido aproveitar essa demanda. Desde 2018, a Telhanorte já estava em processo de transformação.

*With 48 Telhanorte units in the states of São Paulo, Minas Gerais and Paraná, and another 27 Tumelero in Rio Grande do Sul, it has 4,400 employees and offers more than 40,000 items in its stores, whose size ranges from 4,000 to 8 thousand square meters. It was the first Brazilian construction network to adopt the proximity home center concept, TelhanorteJá, and has the only home center opened 24 hours a day on Marginal Tietê, in the city of São Paulo. This year, it was elected the most admired company in the civil construction category by the Ibevar-FIA Ranking. Even without citing numbers, the CEO attests that the network grew double digits, in this exclusive interview with **Eletrolar News**.*

WHY THE GOOD PERFORMANCE OF THE COMPANY IN THE LAST TWO YEARS?

JULIANO OHTA – Our sales grew double digits, we never sold so much in a period. Two factors contributed to this. The first was the fact that the pandemic led people to stay centered in their homes and, consequently, to take more care of them. The second factor was that the company was able to take advantage of this demand. Since 2018, Telhanorte was already in the process of transformation.



cadence

sim.pli.fi.que

Confira nossos
Lançamentos



capacidade
MAIOR 3,8L

FRT555



com
**DUAS
JARRAS**

BLD701



**NOVO
design**



SAN260

QUAIS AS PRINCIPAIS MUDANÇAS OCORRIDAS NESSE PROCESSO?

JO – A primeira foi olhar para nossos clientes com mais empatia e para nós mesmos. Quando se olha o cliente com foco apenas nas vendas, esquece-se de ver que ele não vai à loja para comprar um só produto, uma lata de tinta, por exemplo, mas também complementos, como um quadro para a parede. Fizemos grandes mudanças com o propósito de facilitar a obra para o cliente e aumentar o prazer da compra. Ele tem que ter uma assistência personalizada. Também quebramos as paredes nos escritórios da empresa para maior interação dos colaboradores.

O QUE TROUXE DE MAIS POSITIVO O ROMPIMENTO COM MODELOS TRADICIONAIS?

JO – Hoje, nossa pesquisa semanal mostra que 97% dos colaboradores estão satisfeitos. Uma empresa é a cultura que ela tem, nenhuma se transformou com pessoas insatisfeitas. Todos nós desejamos nos desenvolver, fazer um trabalho de qualidade e sermos reco-

WHAT ARE THE MAIN CHANGES THAT HAVE TAKEN PLACE IN THIS PROCESS?

JO – The first was to look at our customers and at ourselves with more empathy. When you look at the customer with a focus only on sales, you forget to see that he is not going to the store to buy a single product, a can of paint, for example, but also accessories, such as a painting for the wall. We made big changes in order to make the work easier for the customer and increase the pleasure of buying. He has to have personalized assistance. We also break down the walls in the company's offices for greater employee interaction.

WHAT WAS THE MOST POSITIVE THING ABOUT THE BREAK WITH TRADITIONAL MODELS?

JO – Today, our weekly survey shows that 97% of employees are satisfied. A company is the culture it has, none has changed with dissatisfied employees. We all want to develop, do quality work and be recognized. On Fridays, I have a live with all the employees, and half of the time is dedicated to answering the questions they ask. It's an attitude towards value.





A gente não pode se apaixonar pela solução, mas sim pelo problema, para não ficar obsoleto.”

“We can't fall in love with the solution, but with the problem instead, to not become obsolete”

nhecidos. Às sextas-feiras, faço uma live com todos os colaboradores, e metade do tempo é dedicada às respostas para as perguntas que fazem. É uma atitude de valor.

EM ATENDIMENTO, QUAL FOI A TRANSFORMAÇÃO MAIS PERCEPTÍVEL PARA O CONSUMIDOR?

JO – A equipe deu um show de empatia e mobilização na pandemia. Não havia esse costume. A empatia é o maior combustível para a inovação.

QUAL É SUA VISÃO SOBRE O CONSUMIDOR ATUAL?

JO – Há muito, o consumidor é híbrido e digital. Hoje, ele compra em todos os lugares, isso está muito claro para a gente. A pandemia acelerou o processo, uniu duas forças. As empresas tiraram os planos do papel, e o consumidor passou a prezar por sua ultra conveniência, tanto que ele pode estar em uma loja e trocá-la por outra no mesmo momento, se achar interessante. Está fácil ser infiel, ele tem o poder nas mãos.

É POSSÍVEL TORNÁ-LO MAIS FIEL?

JO – É um grande desafio fidelizar. O custo de aquisição do cliente está muito alto. Então, tenho que grudar nele, saber o que quer e quais são as suas necessidades. Preciso dar a ele uma assistência personalizada. É uma forma de garantir a fidelização. Por outro lado, é um consumidor mais consciente sobre o espaço da empresa na sociedade. Na compra, leva em conta o impacto que ela provoca no meio ambiente, decide pelo que a empresa faz. Isso é uma exigência característica da nova geração. As marcas têm um desafio grande pela frente, precisam mostrar ações em favor do meio ambiente.

IN CUSTOMER SERVICE, WHAT WAS THE MOST NOTICEABLE TRANSFORMATION FOR THE CONSUMER?

JO – The team showed great empathy and mobilization in the pandemic. There was no such practice before. Empathy is the biggest fuel for innovation.

WHAT IS YOUR VIEW OF THE CURRENT CONSUMER?

JO – The consumer has been hybrid and digital for a while. Today, he buys everywhere, this is very clear to us. The pandemic has accelerated the process joining two forces. Companies took the plans off the paper and the consumer started to appreciate its ultra-convenience so much so, that he can be in a store and exchange it for another at the same time, if he finds it interesting. It's easy to be two-timing, he has the power in his hands.

IS IT POSSIBLE TO MAKE THEM MORE LOYAL?

JO – Customer retention is a great challenge. Customer acquisition cost is too high. So, I have to stick with him, know what he wants and what his needs are. I need to give him personalized assistance. It's a way to guarantee loyalty. On the other hand, consumers are more conscious about the company's space in society. When purchasing, consumers take into account the impact it has on the environment, and what the company does about it. This is a characteristic requirement of the new generation. Brands have a big challenge ahead; they need to show actions in favor of the environment.

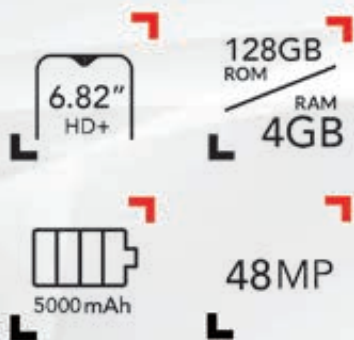
HOW?

JO – It is necessary to rethink the business, offer services and have a program that involves the entire chain, such as employees, suppliers and partners. In our case, we are engaged with ESG, the environmental, social

USINA DE VENDAS há 5 anos distribuindo produtos de mobilidade

TCL 20 SE

Entretenimento
maximizado

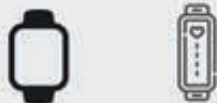


CATEGORIAS

SMARTPHONES TABLETS



WEARABLES



SMARTWATCH

SMARTBAND



FONE BLUETOOTH



FONE COM FIO

MODENS 4G E 5G



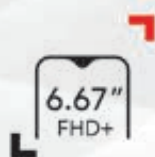
MARCAS PARCEIRAS



Importadora oficial
da TCL Smartphones
traz o primeiro
5G da marca
para o Brasil

TCL 20 Pro 5G

Imagem além da
imaginação



256GB
ROM
RAM
6GB



48MP
SONY



ACESSÓRIOS



CARTÃO DE MEMÓRIA



CABO DE DADOS



BALANÇA DE
BIOIMPEDÂNCIA

INFORMÁTICA



ALL IN ONE



MONITOR



NOTEBOOK



PROJETOR

Adicione
nosso
contato
em sua
agenda



www.usinadevendas.com.br
contato@usinadevendas.com.br
11 4179.0001

UV Usina de Vendas
Distribuição Capilarizada



DE QUE FORMA?

JO – É preciso repensar o negócio, oferecer serviços e ter um programa que envolva toda a cadeia, como funcionários, fornecedores e parceiros. No nosso caso, estamos engajados com a ESG, pauta ambiental, social e de governança corporativa. A construção civil é responsável por 40% da emissão de carbono no mundo, precisamos reduzir esse número. Na Telhanorte estamos instalando painéis fotovoltaicos nas lojas e lâmpadas de LED. Em 2022, vamos aumentar os postos para a coleta de produtos.

O QUE PODE SER CONSIDERADO UM BOM SERVIÇO AO CONSUMIDOR?

JO – O aluguel de produtos. Nós, por exemplo, em 2022, vamos entrar com um novo serviço de aluguel de ferramentas, que serão entregues na casa do consumidor.

QUAIS OUTRAS NOVIDADES PARA 2022?

JO – **Vamos investir mais fortemente na categoria**

and corporate governance agenda. Civil construction is responsible for 40% of carbon emissions in the world, we need to reduce that number. At Telhanorte, we are installing photovoltaic panels in stores and LED lamps. In 2022, we are going to increase the posts for collecting products.

WHAT CAN BE CONSIDERED GOOD CUSTOMER SERVICE?

JO – Products rental. We, for example, in 2022, will start a new tool-rental service, which will be delivered to the consumer's home.

WHAT OTHER NEWS FOR 2022?

JO – We are going to invest more heavily in the household appliance category, including blenders, fryers, coffee makers; in short, a huge range of products from the most premium line. We are strengthening the partnership with large companies and next year, household appliances will be available in all of the chain's stores. We also entered the category of items for the home connected on three fronts: leisure, security and automation. We have remotely controlled color lamps, sensors, security cameras, and voice assistants.

ANY OTHERS?

JO – We have a virtual assistant project that, through artificial intelligence, will help customers and sales. Tina, that's her name, is our virtual assistant who will bring customization and sell the consumer the right product with more foundation. It is being installed at Telhanorte and Tumelero stores.

THE COMPANY HAS BEEN FOCUSING ON THE ILLUMINATION AREA. IT CHANGED THE CONCEPT?

JO – Before, we sold functional products, today they are decorative objects. In stores, these lighting/illumination areas are true showrooms, where consumers can see how the products will look in their homes. **The big news, however, is the partnership we are forging with artists and designers to create exclusive pieces for Telhanorte.**

WHAT ARE THE BEST-SELLING PRODUCTS ON THE NETWORK?

JO – Finishing materials such as floors and paints. And the fastest growing area is organization, decoration and gardening. This year, we also started selling plants and flowers.

IS LOGISTICS A PROBLEM IN BRAZIL?

JO – 15 years ago, we went through logistical problems, but we were learning, with structure and a lot of

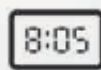


O fogão que vai alegrar a ceia de quem vende e de quem usa.

Fogões Esmaltec Esmeralda Glass Gourmet e Esmeralda Glass.

Os fogões **Esmeralda Glass Gourmet (4Q/5Q)** e **Esmeralda Glass (4Q/5Q)** trazem beleza, qualidade e design inovador com a frente em vidro total. Combinam perfeitamente com sua família. **Opções ideais para facilitar a vida de quem vende e de quem usa.**

Versões: Esmeralda Glass 4Q e 5Q - Preto e inox; Esmeralda Glass Gourmet 4Q e 5Q - Preto e inox.



TIMER DIGITAL
1 opção no esmaltec.com.br



GRILL ELÉTRICO
1 opção no esmaltec.com.br



FORNO AUTOLIMPANTE



Aponte a câmera do celular para o QRcode ao lado e conheça mais sobre o produto.

[esmaltec.com.br](https://www.esmaltec.com.br)

Esmaltec

ELETRODOMÉSTICOS

de eletroportáteis, incluindo liquidificadores, fritadeiras, cafeteiras, em síntese, uma gama enorme de produtos da linha mais premium. Estamos reforçando a parceria com as grandes empresas e, no próximo ano, os eletroportáteis estarão presentes em todas as lojas da rede. Também entramos na categoria de itens para a casa conectada em três frentes: lazer, segurança e automação. Temos lâmpadas cujas cores são controladas a distância, sensores, câmeras de segurança e assistentes de voz.

HÁ OUTRAS?

JO – Estamos com um projeto de assistente virtual que, por meio da inteligência artificial, ajudará os clientes e as vendas. A Tina, este é seu nome, é a nossa assistente virtual que vai trazer a personalização e vender ao consumidor o produto adequado e com mais fundamento. Está sendo instalada nas lojas da Telhanorte e da Tumelero.

A EMPRESA TEM DADO ÊNFASE À ÁREA DE ILUMINAÇÃO. MUDOU O CONCEITO?

JO – Antes, vendíamos produtos funcionais, hoje são objetos de decoração. Nas lojas, essas áreas de iluminação são verdadeiros showrooms, onde o consumidor pode visualizar como os produtos ficarão na casa dele. **A grande novidade, porém, é a parceria que estamos selando com artistas e designers para a criação de peças exclusivas para a Telhanorte.**

QUAIS OS PRODUTOS MAIS VENDIDOS NA REDE?

JO – Materiais de acabamento, como piso e tintas. E a área que mais cresce é a de organização, decoração e jardinagem. Neste ano, também começamos a vender plantas e flores.

A LOGÍSTICA É UM PROBLEMA NO BRASIL?

JO – Há 15 anos passamos por problemas de logística, mas fomos aprendendo, com estrutura e muita tecnologia. Hoje, nossa logística é um diferencial. Temos quatro centros de distribuição, um em cada Estado onde estão localizadas as lojas, isto é, São Paulo, Minas Gerais, Paraná e Rio Grande do Sul. Para diminuir o impacto ambiental na logística, a empresa vem trocando a frota e investindo em carros elétricos. Na última milha de destino do produto, utilizamos caminhões pequenos elétricos, motocicletas, bicicletas e veículos utilitários. O desafio atual é o preço do combustível. Não podemos repassar todo o custo.

HOJE, A LOJA TAMBÉM É UM PONTO LOGÍSTICO?

JO – **Sim. Antes a loja era um espaço de venda, mas**

“Em 2022, vamos aumentar a oferta de eletroportáteis em todas as lojas da rede.”

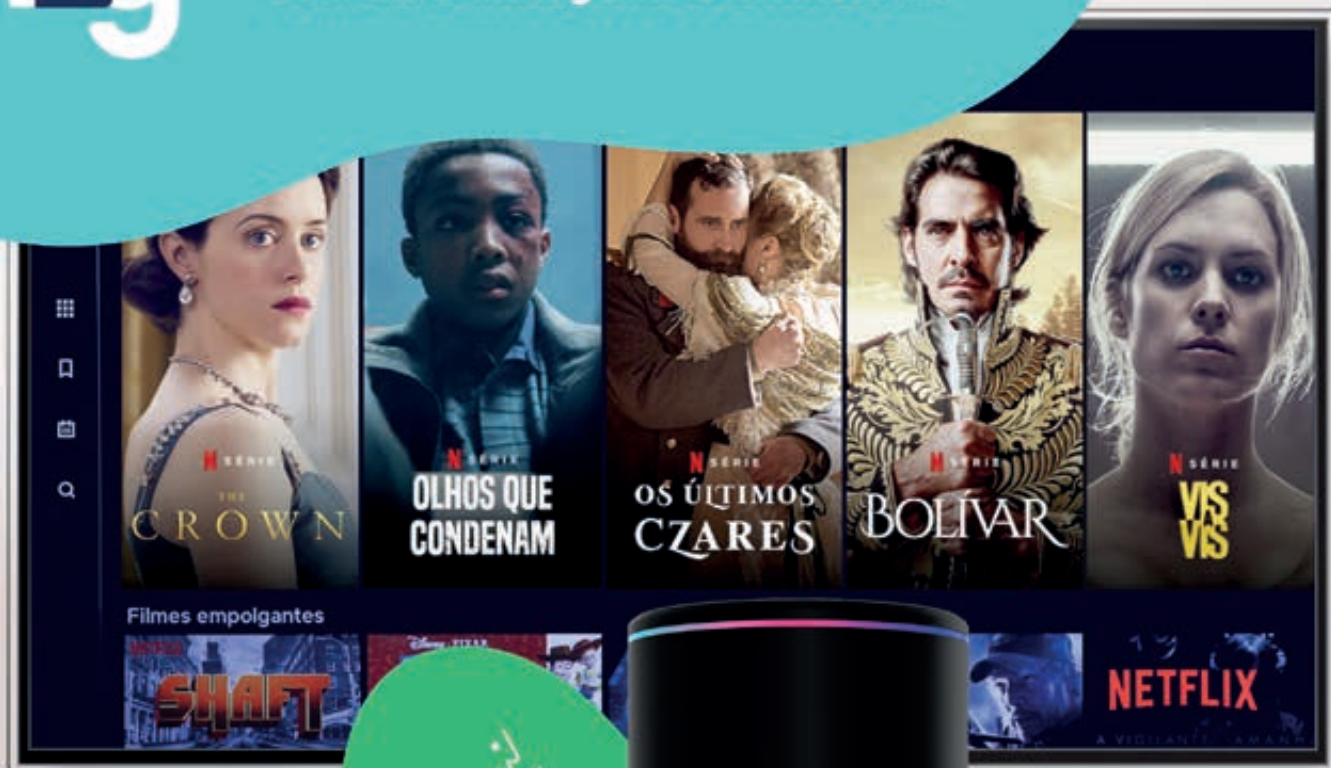
“In 2022, it will increase the offer of small appliances in all its stores.”



technology. Today, our logistics are a differential. We have four distribution centers, one in each state where the stores are located, in São Paulo, Minas Gerais, Paraná and Rio Grande do Sul. To reduce the environmental impact on logistics, the company has been changing its fleet and investing in electric cars. In the last mile of the product's destination, we use small electric trucks, motorcycles, bicycles and utility vehicles. The current challenge is the price of fuel. We cannot pass on the entire cost.



Fim de ano completo para o seu cliente com casa inteligente e conectada.



COMANDO DE VOZ



CONEXÃO VIA WI-FI



CONTROLE VIA APP IZY



androidtv



intelbras

MATÉRIA DE CAPA - COVER STORY

hoje também é um ponto de estocagem e de distribuição de produtos. O cliente pode, por exemplo, optar por retirar o produto na loja. Ela é um ponto para resolver problemas e oferecer conforto aos clientes.

QUAIS OS DIFERENCIAIS DA TELHANORTE?

JO – É a nossa visão de solucionar problemas. Estamos liderando esse movimento e ajudando remotamente o cliente. Temos um projeto de consultoria com a participação de arquitetos e engenheiros.

NA PANDEMIA, A REDE VENDEU PRODUTOS EM PERUAS, NOS CONDOMÍNIOS. FOI UMA BOA INICIATIVA?

JO – Era um momento em que a empresa precisava dar segurança aos clientes. Colocamos todos os produtos a preço de custo e emprestavamos ferramentas de graça, até porque muita gente havia perdido o emprego. Fizemos isso por mais de seis meses. Hoje, não existe mais a necessidade de o cliente ter uma loja praticamente dentro de casa. Mudou o conceito.

TESTAR CONCEITOS É UMA CARACTERÍSTICA DA EMPRESA?

JO – **A gente não pode se apaixonar pela solução, mas sim pelo problema, para não ficar obsoleto. Na ocasião, foi propício esse tipo de iniciativa. O problema muda, então preciso me apaixonar por ele para sempre criar soluções.**

IS THE STORE ALSO A LOGISTICAL POINT TODAY?

JO – **Yes. Before, the store was a sales space, but today it is also a storage and distribution point for products.** The customer can, for example, choose to pick up the product in the store. It is a place to solve problems and provide comfort to customers.

WHAT ARE THE DIFFERENTIALS OF TELHANORTE?

JO – Our vision to solve problems. We are leading this movement and remotely helping the customer. We have a consulting project with the participation of architects and engineers.

DURING THE PANDEMIC, THE CHAIN SOLD PRODUCTS VIA VANS IN CONDOMINIUMS. WAS IT A GOOD INITIATIVE?

JO – It was a time when the company needed to provide security to customers. We put all products at cost price and lent tools for free, because many people had lost their jobs. We did this for over six months. Today, there is no longer any need for the customer to have a store practically at home. The concept changed.

IS TESTING CONCEPTS A CHARACTERISTIC OF THE COMPANY?

JO – We cannot fall in love with the solution, but with the problem instead, in order not to become obsolete. At the time, this type of initiative was favorable. The problem changes, so I need to fall in love with it to always come up with solutions.





WAVE 100 TWS

1004

seja VOCÊ

seja VOCÊ

**SIMPLES,
INTELIGENTE, PARA
A DIVERSÃO DIÁRIA.**

Ouvir música com o produto é o objetivo de 85% dos usuários. Saiba mais sobre o comportamento dos usuários em [jbl.com.br/1004](#).



Bluetooth 5.0



Até 20h de som combinado*



Som JBL Deep Bass



Tecnologia Dual Connect



Viva Voz



Resistente à respingos d'água

JBL Wave: seu primeiro fone True Wireless com o som JBL Deep Bass e um design revolucionário. Nova família de fones, totalmente livres de fios, oferece a tecnologia de som exclusiva da JBL e um inédito estojo de carregamento sem tampa.

*Até 5h de som contínuo + 15h backup do estojo de carregamento.



Na compra, o consumidor leva em conta o impacto que a empresa provoca no meio ambiente. Isso é uma exigência característica da nova geração.”

“When purchasing, consumers take into account the impact it has on the environment, and what the company does about it.”

QUAL É O CONCEITO DA TELHANORTEJÁ?

JO – É a conveniência, o consumidor compra tudo o que tem em um home center, mas perto de sua casa. São lojas menores, localizadas em bairros que têm grande concentração de prédios e de pessoas. Estamos fazendo teste do formato nas cidades de Indaiatuba (SP) e Guaíba (RS). Outra bandeira nossa é a Obra Já, atacarejo da construção. Abrimos uma no início do ano, e outra será inaugurada no final de 2022, para atender o pequeno profissional. O home center atende o consumidor final.

O VAREJO TIROU LIÇÕES DA PANDEMIA?

JO – **A pandemia deu uma grande lição de humildade para todos nós. Conseguimos enxergar uma série de coisas que não estavam no nosso radar. Aprendemos que podemos fazer as coisas de forma mais rápida e com mais lógica.** Em um dia montamos um drive-thru, o cliente parava o carro e nosso vendedor apresentava para ele os produtos no tablet.

QUE TIPO DE DESAFIO O VAREJO TERÁ PELA FRENTE?

JO – **O setor de varejo precisa se reinventar, não como intermediário, mas como agregador. Precisa adicionar mais coisas, e não só se fixar nas vendas, personalizar o atendimento.** Também não somos nativos digitais, isso é um desafio, tanto que os maiores recursos estão indo para a tecnologia digital. Ser digital é um desafio e, com a pandemia, tornou-se uma necessidade. Com o e-commerce, as pessoas substituíram antigos hábitos. Na pandemia, vende-

WHAT IS THE CONCEPT OF TELHANORTEJÁ?

JO – It's the convenience, the consumer buys everything he has in a home center near his home. They are smaller stores, located in neighborhoods that have a high concentration of buildings and people. We are testing the format in the cities of Indaiatuba (SP) and Guaíba (RS). Another of our banners is Obra Já, a construction wholesaler. We opened one at the beginning of the year, and another will be inaugurated at the end of 2022, to serve the small professional. The home center serves the end consumer.

DID RETAIL LEARN LESSONS FROM THE PANDEMIC?

JO – The pandemic gave a great lesson in humility to all of us. We were able to see a number of things that were not on our radar. We learned that we can do things faster and more logically. In one day we set up a drive-thru: the customer would stop the car and our salesperson would show him the products on the tablet.

WHAT KIND OF CHALLENGE WILL RETAIL BE FACING AHEAD?

JO – **The retail sector needs to reinvent itself, not as an intermediary, but as an aggregator. You need to add more things, and not just focus on sales, customize service.** We're not digital natives either, that's a challenge, so much so that the biggest resources are going to digital technology. Being digital is a challenge and, with the pandemic, it has become a necessity. With e-commerce, people have replaced old habits. In the pandemic, we sold four times as much on this channel. Another challenge, perhaps the biggest, is talent retention.

FAÇA A ESCOLHA CERTA!

MÁQUINA DE GELO 15/01KG SUPER ICE



IMAGEM MERAMENTE ILUSTRATIVA*

Eleita a melhor escolha em máquina de gelo portátil!

"A Máquina de Gelo Benmax Super Ice irá com certeza atender qualquer necessidade. É uma das melhores máquinas que encontramos no mercado atualmente, com ótima produção de gelo e muita eficiência."

-BIA CAVALHEIRO, SITE SÁBIA ESCOLHA



PÁ DE GELO



CESTO DE GELO






2 TAMANHOS DE GELO



15KG DIÁRIO

CONHEÇA A LINHA COMPLETA EM WWW.BENMAX.COM.BR

   SIGA - BENMAXOFICIAL

BENMAX

MATÉRIA DE CAPA - COVER STORY

mos quatro vezes mais nesse canal. Outro desafio, talvez o maior, é a retenção de talentos.

QUAL SUA ANÁLISE DO VAREJO BRASILEIRO?

JO – O varejo brasileiro evoluiu muito nesse período, mas ainda é alta a informalidade. A grande ameaça que temos são as plataformas ilegais, que não pagam imposto e vendem produtos falsificados. É preciso fazer um trabalho mais forte para combater a informalidade.

A MÃO DE OBRA É UM GARGALO?

JO – É uma vantagem competitiva e um gargalo. Nossa educação não prepara profissionais. Uma de nossas estratégias é a Escola do Varejo no portal Construir, com cursos online. Também temos programas voltados a plano de carreira, como o Futuras Lideranças.

O NATAL É UM BOM PERÍODO DE VENDAS PARA A EMPRESA?

JO – Nosso Natal acontece nos meses de outubro e novembro. Dezembro é um mês fraco para o setor.

QUAIS SUAS EXPECTATIVAS PARA 2022?

JO – O ano de 2022 será difícil porque as pessoas ficaram muito tempo dentro de casa e vão querer sair. Vamos competir com atividades externas, como a ida a restaurantes. O setor pode se ressentir. Ele foi privilegiado na pandemia, fechou só por 15 dias.

A REDE PRETENDE AVANÇAR PARA OUTROS ESTADOS?

JO – **Sim, nosso objetivo é sermos uma rede nacional.** ■■

WHAT IS YOUR ANALYSIS OF BRAZILIAN RETAIL?

JO – Brazilian retail has evolved a lot during this period, but informality is still high. The biggest threat we have is illegal platforms, which do not pay tax and sell counterfeit products. Stronger work needs to be done to combat informality.

IS LABOR A BOTTLENECK?

JO – It's a competitive advantage and a bottleneck. Our education does not prepare professionals. One of our strategies is the Escola do Varejo (Retail School) on the Construir portal, with online courses. We also have programs focused on career planning, such as Futuras Lideranças.

IS CHRISTMAS A GOOD SALES PERIOD FOR THE COMPANY?

JO – Our Christmas takes place in the months of October and November. December is a weak month for the sector.

WHAT ARE YOUR EXPECTATIONS FOR 2022?

JO – 2022 will be difficult because people stayed at home for a long time and will want to go out. We will compete with outside activities, such as going to restaurants. The industry may resent it, since it was privileged in the pandemic, as it closed only for 15 days.

Does the network intend to move to other states?

JO – Yes, our goal is to be a national network. ■■



ANOS IMPORTANTES DA TELHANORTE

IMPORTANT YEARS FOR TELHANORTE

Rinaldo Greco e Lázaro Rosa abrem a Telhanorte, uma pequena distribuidora de madeiras e telhas na zona norte da cidade de São Paulo.

1976

Rinaldo Greco and Lázaro Rosa open Telhanorte, a small wood and roof tile distributor in the northern part of the city of São Paulo.

The company consolidates and incorporates coating distribution into its business. In 1986, it already had three stores in São Paulo.

1980

A empresa se consolida e incorpora ao seu negócio a distribuição de revestimento. Em 1986, já contava com três lojas na capital paulista.

Abre cinco lojas, com alto número de produtos e inicia o processo de centralização de logística, em Jundiaí (SP).

1990

Opens five stores with a high number of products and starts the process of centralizing logistics in Jundiaí (SP).

Joins Saint-Gobain, one of the largest French industrial conglomerates.

2000

Passa a integrar a Saint-Gobain, um dos maiores conglomerados industriais franceses.

Inaugura novo formato de loja, a Telhanorte Conceito.

2011

Initiates a new store format, Telhanorte Conceito.

Introduces TelhanorteJá, a neighborhood store format.

2019

Apresenta a TelhanorteJá, formato de loja de bairro.

ACA 1005

TITAN

POTÊNCIA
1000W RMS



FUNÇÃO
POWER X



2 WOOFERS
DE 10"

A Caixa Amplificada TITAN 1005 possui 1000W de potência com 2 alto-falantes de 10 polegadas, oferecendo aumento significativo na potência do som. A caixa também possui 1 tweeter de 3 polegadas e outro de 6 polegadas, que suavizam os sons mais agudos.

Além de ter funcionalidades já conhecidas como bluetooth, rádio FM, entradas USB, microfone, função TWS, a caixa possui um design moderno e imponente.

Com uma TITAN em casa, é garantia de festa todo dia.



@amvox_



www.amvox.com.br



Amvox
NO SEU RITMO





NO BRASIL: BENEFÍCIOS, DÚVIDAS E DESAFIOS

*CONEXÃO COM MAIOR ALCANCE,
EFICIÊNCIA E VELOCIDADE.*

5G IN BRAZIL: BENEFITS, QUESTIONS, AND CHALLENGES

CONNECTION WITH GREATER RANGE, EFFICIENCY, AND SPEED.

O 5G é a próxima geração de rede de internet móvel, com mais velocidade, conteúdo, interação em tempo real e novas interfaces. Seus padrões admitirão avanços e transformações em saúde, educação, segurança pública, indústrias, mineração, logística, lazer, cidades inteligentes e agronegócio. A nova geração de tecnologia permitirá a progressão do Brasil rumo a uma economia hiperconectada.



Foto: Shutterstock

5G is the next generation mobile internet network, with more speed, content, real-time interaction, and new interfaces. Its standards will allow in advances and transformations in health, education, public safety, industries, mining, logistics, leisure, smart cities, and agribusiness. The new generation of technology will allow Brazil to progress towards a hyperconnected economy.

A nova geração 5G é a evolução das anteriores, 3G e 4G, e oferecerá maior velocidade para downloads e uploads, maior cobertura e conexões mais estáveis. Será permitido o uso de diversos aparelhos e equipamentos conectados ao mesmo tempo, sem a perda de qualidade do sinal. A principal diferença da nova geração para o 4G é a velocidade da transferência de informações, chamada de latência.

A tecnologia 5G é a infraestrutura de suporte à internet das coisas (IoT), que vai impactar o funcionamento dos setores econômicos e sociais, diz Fábio Faria, ministro das Comunicações. “Com essa tecnologia, o Brasil entrará no seleto grupo de países que possuem redes de quinta geração Standalone, ou seja, o 5G puro. **O impacto para o país é enorme. Estimamos em US\$ 1,2 trilhão no Produto Interno Bruto Brasileiro (PIB) em 15 anos.**”

The new 5G generation is the evolution of the previous ones, 3G and 4G, and will offer greater speed for downloads and uploads, greater coverage, and more stable connections. The use of several devices and equipment connected at the same time will be allowed, without loss of signal quality. The main difference between the new generation and 4G is the speed on information transfer, called latency.

5G technology is the infrastructure to support the Internet of Things (IoT), which will impact the functioning of the economic and social sectors, says Fábio Faria, Minister of Communications. “With this technology, Brazil will join the select group of countries that have standalone fifth-generation networks, that is, pure 5G. **The impact for the country is enormous. We estimate US\$ 1.2 trillion in the Brazilian Gross Domestic Product (GDP) in 15 years.**”

A indústria precisa descobrir o full commerce

Terceirização total do e-commerce permite que grandes marcas tenham agilidade para criar estruturas robustas de venda direta ao consumidor. **ENTENDA O PASSO A PASSO**

01

Como esse não é o 'core' do seu negócio, a Synapcom vai ser o seu parceiro ideal para reduzir custos e aumentar a eficiência da operação.

02

Analisamos seu modelo para desenvolver um projeto personalizado e preparamos toda a infraestrutura necessária.

03

Na fase de implementação, nossa equipe de desenvolvedores cuida da integração de plataformas e sistemas.

04

Além de contar com a expertise dos nossos profissionais, a indústria utiliza a estrutura física de logística da empresa, que tem mais de 35 mil m² de armazenagem.

05

Cuidamos de todas as etapas, desde recebimento de mercadoria, envio, tracking até logística reversa.



06

Também fica sob nossa responsabilidade o atendimento ao consumidor por telefone, e-mail, chat e WhatsApp.

07

O gerenciamento operacional e estratégico é feito por meio de dashboards, relatórios e análise de dados para acompanhar KPIs de vendas, resultados e gerar insights.

Descubra como podemos viabilizar sua operação de e-commerce de ponta a ponta



O conjunto variado de faixas de frequência internacionalmente identificadas para os serviços 5G, no Brasil, inclui uma mistura de bandas baixas (700 MHz), bandas médias (2,3 GHz e 3,5 GHz) e bandas altas acima de 6 GHz (incluindo ondas milimétricas de 26 GHz, conhecidas como mmWave), informa Cristiane Sanches, membro do conselho de administração da Associação Brasileira de Provedores de Internet e Telecomunicações (ABRINT).

“Essa gama de espectro traduz a realidade de o 5G possibilitar melhorias na rede em termos de capacidade e eficiência, uma nova oferta de aplicações e serviços que exigem muita velocidade e baixa latência, além de superar as tecnologias 3G e 4G em flexibilidade, escalabilidade e confiabilidade”, destaca Cristiane.

PAÍS PREPARADO

O Brasil vem se preparando para a implementação da nova tecnologia. O “leilão do 5G” estabelece uma série de compromissos de investimentos em infraestrutura sob a forma de contrapartidas. **“O arranjo obtido tem um viés não arrecadatório, ou seja, orientado a investimentos produtivos em regiões de baixa atratividade econômica, voltados à redução do ‘gap’ de conectividade do País”,** ressalta Leonardo Euler de Moraes, presidente da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

Uma das contrapartidas do edital do leilão do 5G foi a de garantir infraestrutura para localidades que não a têm, relata Fábio Faria. **“Colocamos a obrigatoriedade de investimentos regionais e nacionais de cobertura e rede em áreas pouco ou não servidas, como estradas, com tecnologia 4G ou superior. Assim, todas as regiões terão cobertura de redes móveis.”**

A tecnologia 5G é superior às anteriores devido à alta capacidade e eficiência, e menor chance de ser afetada por um congestionamento de rede. Diante disso, com a implementação gradativa das metas obrigatórias, a população que vive na periferia das grandes cidades será então beneficiada.

Há alguns desafios que precisam ser superados, como a regulamentação da Lei das Antenas, a disponibilidade de terminais e smartphones com preços mais acessíveis, diz Marco Di Costanzo, diretor de engenharia e implementação de rede da Tim Brasil. **“Mais do que ser uma tecnologia disponível a todas as classes,**



Foto: Divulgação

FÁBIO FARIA,
MINISTRO DAS COMUNICAÇÕES (MCOM)
MINISTER OF COMMUNICATIONS (MCOM)

“A melhor experiência ocorre através da integração dos ambientes físico e online. O digital é condição para potencializar as vendas.”

“The impact for the country is enormous. We estimate US\$ 1.2 trillion in the Brazilian Gross Domestic Product (GDP) in 15 years.”

The collection of various internationally frequencies bands identified for the 5G services, in Brazil, include a mix of low ranges (700 MHz), medium ranges (2,3 GHz e 3,5 GHz) and high ranges above 6 GHz (including 26 GHz of millimetric waves called mmWave), says Cristiane Sanches, member of the board of directors of the Brazilian Association of Internet and Telecommunications Providers (ABRINT).

This spectrum range translate the reality of the 5G enables network improvements in terms of capacity and efficiency, new application offerings and services that require more speed and low latency, in addition to surpassing 3G and 4G technologies in flexibility, scalability and reliability,” highlights Cristiane.

COUNTRY-READY

Brazil has been preparing for the implementation of the new technology. The “5G auction” establishes a series of infrastructure investment commitments in the form of give and take. “The arrangement obtained has a non-collection bias, that is, it is oriented



INDÚSTRIA ^{global} finitos
 CREDITOS ^{Compensação FOX} agora
 responsabilidade ^{comum} DE reciclagem
 Extinção ^{estufa} atmosféricas É Silício
 Mudanças ^{Ciclos} Remanufatura COP26
 emissões Desastres
 matéria efeito ^{primária} ENGAJAMENTO forte
 Escassez ambiente ^{Economia} CARBONO Vida
 climáticas Materiais ^{ESGOTAMENTO} consciente

Imagem acervo - Indústria Fox Economia Circular Ltda.

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, VOCÊ ESTÁ COMPROMETIDO?

Uma reflexão ou um chamamento àqueles que vem depois, a COP26 reuniu autoridades, cientistas, estudiosos e o público engajado na temática sobre as mudanças climáticas que o mundo está vivenciando há décadas. O assunto pode parecer algo distante de todos nós, mas está mais próximo do que imaginamos e mostra-se mais presente ano a ano.

Mais que um chamamento a COP26 é uma plenária que busca arranjos de comprometimento das nações mundiais para ações e internalização de políticas públicas e privadas que trabalhem em favor de reduções das emissões atmosféricas nas atividades industriais, agrícolas, assim como alternativas mais consistentes para o uso de combustíveis fósseis.

A operação de manufatura reversa da Indústria Fox está alinhada com a temática das mudanças climáticas, desde 2010 a empresa neutraliza emissões atmosféricas por meio da geração de créditos de carbono nas operações industriais de reciclagem, esses créditos permitiram e ainda permitem a compensação das emissões atmosféricas de muitas organizações e indústrias na Europa.

Como manter a produção industrial, o comércio de bens e serviços e ainda reduzir o impacto ambiental causado? Não é uma equação muito fácil de equilibrar, mas existem saídas para isso como a ampliação do uso de energias de fontes renováveis, a tecnologia como facilitadora, a neutralização das emissões e o prolongamento do ciclo de vida de materiais. É importante destacar que o mercado tem enfrentado sérios obstáculos com a escassez de alguns elementos naturais

que são insumos à produção de componentes em virtude dos problemas de ordem climática, os semicondutores, por exemplo, representam um grande desafio pela falta de silício (fonte primária).

E é nessa vertente que a Indústria Fox atua nos pilares circulares para analisar, suprir, processar, prolongar e rastrear matérias primas de fonte secundária, assim como recuperar produtos por meio de remanufatura e pela identificação ou não de falhas em componentes/peças substituídas em processos de garantia a partir de análises técnicas qualitativas. Essas atividades fomentam a economia circular, pois promovem o prolongamento de ciclos produtivos reduzindo a extração e esgotamento de fontes de materiais naturais.

A UNDP – Programa das Nações Unidas para Desenvolvimento circulou recentemente um vídeo temático sobre a COP26 que traz uma reflexão à humanidade sobre a possibilidade da extinção da espécie humana e desastres de ordem climática, traduzindo a chamada central "It's now or never" - "É agora ou nunca".

Não podemos parar o desenvolvimento e o progresso da civilização, mas podemos agir de forma sustentável imediatamente, pensem nisso!

E afinal o que a sua empresa tem feito às gerações que vem depois?

o 5G permitirá incrementar a oferta de serviços de IoT. Ao habilitá-la, estamos dando um grande passo para ampliar projetos em setores essenciais da economia brasileira."

A IMPLEMENTAÇÃO

Atualmente, a nova geração de tecnologia já está ativa em algumas regiões das principais capitais do País, mas de forma incipiente. No dia 4 de novembro, o leilão do 5G foi realizado. **"A partir dessa data, a implementação da tecnologia em algumas áreas será rápida. No Natal deste ano, já teremos 5G Standalone em São Paulo e, até julho de 2022, todas as capitais já estarão cobertas pelo 5G, enquanto os demais municípios receberão a tecnologia gradativamente até 2028"**, afirma o ministro.

A implementação de infraestrutura de transporte de dados de capacidade (fibra) até a sede de mais de 600 municípios que não dispõem desse elemento de rede (backhaul) é fundamental para a conectividade digital. "Além disso, há metas específicas para a implantação da tecnologia 5G em todos os municípios brasileiros, a se iniciar pelas capitais", complementa Leonardo.

Foram leiloadas quatro frequências de 5G: 700 MHz, 2,3 GHz, 3,5 GHz e 26 GHz. As companhias que venceram o leilão terão como metas obrigatórias de implementação gradativa a partir de 2022: fornecer acesso à tecnologia 4G ou superior para cerca de 9.500 distritos não sede (vilas, povoados e/ou aglomerados) desprovidos de cobertura móvel celular; e mais de 31 mil km de rodovias federais sem acesso móvel também serão dotadas de 4G ou superior.

BENEFÍCIOS PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO

A nova tecnologia trará mudanças profundas para aplicações industriais e comerciais, bem como inovação e automação, conta Leonardo. "Sua característica de controle de missão crítica permite, por meio da baixa latência e alta confiabilidade, aplicações sensíveis a atrasos e erros como em carros autônomos, cirurgias remotas e controle de maquinário industrial.

Maior impacto se dará por ser uma tecnologia que torna realidade a internet das coisas massiva, na medida em que o 5G permite a comunicação simultânea de dispositivos IoT, com ampla cobertura e baixo consumo de bateria."

Especificamente para empresas, as aplicações das ondas milimétricas do 5G revolucionarão o dia a dia da experiência em nuvem das tarefas e demandas de TI,



Foto: Divulgação

CRISTIANE SANCHES,
MEMBRO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROVEDORES DE INTERNET E TELECOMUNICAÇÕES (ABRINT)
MEMBER OF THE BOARD OF DIRECTORS OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF INTERNET AND TELECOMMUNICATIONS PROVIDERS (ABRINT)

"O 5G permitirá maior rapidez e eficiência no âmbito do varejo, correspondendo às novas expectativas do consumidor ao lidar com a aquisição de bens e serviços."

"5G will provide speed and efficiency in the retail space, answering to new consumers expectations on how to acquire goods and services."

towards productive investments in regions of low economic attractiveness, aimed at reducing the country's connectivity gap", emphasizes Leonardo Euler de Moraes, president of the National Telecommunications Agency (Anatel).

One of the requisites to conform to at the 5G auction was to guarantee infrastructure for locations that do not have it, reports Fábio Faria. "We made it mandatory that regional and national investments provide 4G or superior in areas that are poorly served, like highways. Doing so, all regions will have mobile networks."

5G technology is superior to previous ones due to its high capacity and efficiency, and less chances of being affected by network traffic. Therefore, with the gradual implementation of such mandatory targets, those living on the outskirts of metropolises will also benefit.

There are some challenges that need to be overcome, such as the regulation of the Antenna Law, the terminals

A RCELL TEM

TUDO QUE VOCÊ PRECISA

REINVENTANDO A DISTRIBUIÇÃO

Líder no segmento, a Rcell é especialista no desenvolvimento de soluções para o seu negócio. Há mais de 19 anos distribuindo as principais marcas em smartphones, games, informática e eletro diferenciando-se com um modelo ágil, dinâmico e inteligente.



FALE COM A GENTE

 @rcell_telecom

 rcell.com.br

 (11) 3053-1100

 /rcelltl

 lojarcell.com.br

 vendas@rcell.com.br



Foto: Shutterstock

diz Cristiane Sanches. **“O 5G permitirá maior rapidez e eficiência no âmbito do varejo, correspondendo às novas expectativas do consumidor ao lidar com a aquisição de bens e serviços.”**

O 5G disponível é a alavanca que levará a aceleração e o avanço da digitalização no Brasil para a indústria 4.0, com equipamentos mais eficientes e precisos. Trará maior segurança contra invasões e vazamentos de informações, contribuindo para a automação e a inte-

availability, and smartphones with more accessible price, says Marco Di Costanzo, Network implementation and engineer director for TIM Brasil. **“More than being an available technology to all social classes, 5G will enable to offer IoT services. Once operating, we will take a big step to amplify projects in essential sectors of the Brazilian economy.”**

IMPLEMENTATION

Currently, the new generation of technology is already active in some regions of the main capitals of the country, but in an incipient way. 5G auction was held on November 4th, the **“From this date onwards, the implementation of the technology will be quick in some areas. By this Christmas, we will already have 5G Standalone in São Paulo and by July 2022 all capitals will already be covered by 5G, while the other municipalities will gradually receive the technology until 2028”**, says the minister.



Foto: Divulgação

LEONARDO EULER DE MORAIS,
PRESIDENTE DA AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (ANATEL)
PRESIDENT OF THE NATIONAL TELECOMMUNICATIONS AGENCY (ANATEL)

“A nova geração de tecnologia permitirá a progressão do Brasil rumo à uma economia hiperconectada.”

“The new generation of technology will allow Brazil to progress towards a hyperconnected economy.

SÓ EM 2018,
O UNICEF SALVOU

2,5
MILHÕES

DE CRIANÇAS
DA DESNUTRIÇÃO.



MAS AINDA
EXISTEM

155
MILHÕES

DE CRIANÇAS
DESNUTRIDAS NO MUNDO.

Há 73 anos, o UNICEF tem liderado as principais conquistas pelas crianças no Brasil e no mundo.

Mas sabemos que ainda há muito a ser feito. Para isso, precisamos da sua ajuda. Você pode fazer parte da vida das crianças que mais precisam.

Doe agora.
doeunicef.org.br

unicef 
para cada criança



The implementation of capacity data transport infrastructure (fiber) to the more than 600 municipalities that do not have this network element (backhaul) is essential for digital connectivity. "In addition, there are specific goals for the implementation of 5G technology in all Brazilian cities, starting with the capitals", complements Leonardo.

Four 5G frequencies were auctioned: 700 MHz, 2.3 GHz, 3.5 GHz, and 26 GHz. Companies that won the bidding will have as mandatory goals for gradual implementation starting in 2022: to provide access to 4G technology or higher for about 9,500 non-headquarters districts (villages, towns and/or settlements) lacking cellular mobile coverage; and more than 31,000 km of federal highways without mobile access must also be equipped with 4G or higher.

BENEFITS FOR INDUSTRY AND RETAIL

The new technology will bring lasting change for commercial and industrial applications, as well as automation and innovations, tells Leonardo. "Its mission critical control feature allows through low latency and high reliability, sensitive applications, such as delay and error in autonomous cars, remote surgeries and industrial machinery control. **Greater impact will come from being a technology that makes the massive internet of things a reality, as 5G allows simultaneous communication of IoT devices, with wide coverage and low battery consumption.**"

Especially for companies, the applications of the 5G millimetric waves will revolutionize the day-to-day cloud tasks and demands of IT, says Cristiane Sanches. **"5G will provide speed and efficiency in the retail space, answering to new consumers expectations on how to acquire goods and services."**

The available 5G is the lever to boost the acceleration and advances of digitalization in Brazil for the industry 4.0, with more efficient and precise equipment. It

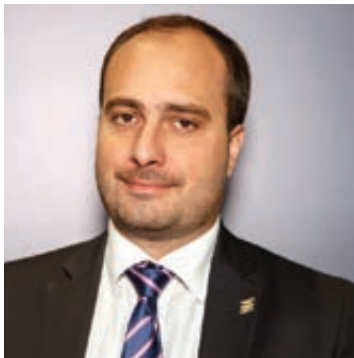


Fotos: Divulgação

MARCO DI COSTANZO,
DIRETOR DE ENGENHARIA E
IMPLEMENTAÇÃO DE REDE DA TIM BRASIL
NETWORK IMPLEMENTATION AND ENGINEER
DIRECTOR FOR TIM BRASIL

“**Estamos dando um grande passo para ampliar projetos em setores essenciais da economia brasileira.**”

“**Once operating, we will take a big step to amplify projects in essential sectors of the Brazilian economy.**”



THIAGO MACHADO,
DIRETOR DO GRUPO SETORIAL DE TELECOMUNICAÇÕES
DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA ELÉTRICA E
ELETRÔNICA (ABINEE)
DIRECTOR OF THE TELECOMMUNICATIONS SECTOR GROUP OF THE BRAZILIAN
ELECTRICAL AND ELECTRONIC INDUSTRY ASSOCIATION (ABINEE)

“Essa redução de custo da tecnologia, mais rápida do que vimos em gerações anteriores, vai ser um fator importante para reduzir a barreira de adoção do 5G no Brasil.”

“This reduction of technology cost, faster than what we’ve seen in previous generations, will be a key factor to reduce the barrier for adoption of 5G in Brazil.”

gração de diferentes tecnologias, como inteligência artificial, robótica e realidade virtual.

APARELHOS COMPATÍVEIS

Para o uso das novas redes 5G, serão necessários aparelhos que suportem a nova geração. Hoje, no varejo, as grandes empresas já estão lançando uma variedade de produtos compatíveis e a preços variados. O avanço da tecnologia terá impacto direto no consumo por novos aparelhos.

“No Brasil, por ano, são vendidos aproximadamente 50 milhões de aparelhos celulares, representando uma receita importante não só para a indústria como para o varejo, com um faturamento anual de mais de R\$ 70 bilhões. **Sempre que há uma inovação tecnológica, uma nova geração sendo introduzida no mercado, vemos um aumento nessa demanda pela troca do smartphone**”, destaca Thiago.

Para usar a nova rede, são necessários aparelhos que suportem o 5G. A diferença em relação às redes anteriores é que, apesar de ter sido lançado há apenas dois anos em mercados mais maduros como Estados Unidos e Coreia, essa já uma tecnologia global e, com o ciclo acelerado de inovação na indústria, os modelos de smartphone 5G já atingiram patamares de preços mais competitivos, diz Thiago Machado, diretor do Grupo Setorial de Telecomunicações da Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee). **“Essa redução de custo da tecnologia, mais rápida do que vimos em gerações anteriores, vai ser um fator importante para reduzir a barreira de adoção do 5G no Brasil.”** ■■

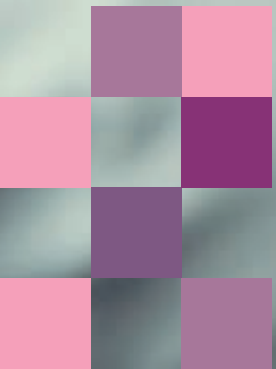
will bring security against hackers and information leak, contributing to the automation and integration of different technologies, such as artificial intelligence, robotics, and virtual reality.

COMPATIBLE DEVICES

To use the new 5G networks, devices will need to support the new generation. In the retail space today, the big companies are already launching a new variety of compatible products with different prices. The advance of technology will have direct impact on how new devices are consumed.

“In Brazil, approximately 50 million cellular devices are sold every year, which is a very representative revenue for both industry and retail, with annual sales of more than R\$ 70 billion. Every time there is a technology innovation and a new generation of phones reaching the market, we notice an increase in the demand to upgrade the smartphone”, highlights Thiago

To use the new network, devices must support 5G. The difference with previous networks is that, despite been launched just two years ago in more mature markets like United States and Korea, it is already a global technology with an accelerated cycle of innovation in the industry, and 5G smartphone models have already reached more competitive price levels, says Thiago Machado, director of the Telecommunications Sector Group of the Brazilian Electrical and Electronic Industry Association (Abinee). **“This reduction of technology cost, faster than what we’ve seen in previous generations, will be a key factor to reduce the barrier for adoption of 5G in Brazil.”** ■■



SMARTPHONES E ACESSÓRIOS
SMARTPHONES AND ACCESSORIES

por / by **Dilnara Titara**

TECNOLOGIA E EVOLUÇÃO DOS SMARTPHONES E ACESSÓRIOS

*PORTÁTEIS, SEGUROS,
FUNCIONAIS E ESSENCIAIS
NO DIA A DIA.*



TECHNOLOGY AND EVOLUTION OF
SMARTPHONES AND ACCESSORIES

*PORTABLE, SAFE, FUNCTIONAL, AND
ESSENTIAL IN EVERYDAY LIFE.*

Além de indispensáveis, os smartphones trazem cada vez mais facilidades, organizando e otimizando a rotina do usuário com novos atributos e tecnologias. A procura por atualizações contribui para as vendas. Nos últimos 12 meses, foram vendidos aproximadamente 39 milhões de celulares, segundo a empresa de pesquisas GfK.

In addition to being indispensable, smartphones bring more and more amenities, organizing and optimizing the user's routine with new attributes and technologies. Looking for upgrades contributes to sales. In the last 12 months, approximately 39 million cell phones have been sold, according to research firm GfK.

Nos últimos anos, as tecnologias de comunicação e informação (TIC) se tornaram indispensáveis por contribuírem para melhorar e facilitar a vida das pessoas. A pandemia acelerou comportamentos digitais, e a demanda por dispositivos móveis com melhores configurações de velocidade e tecnologia vem aumentando significativamente, impulsionando a aquisição ou a troca do aparelho por um modelo mais avançado.

Consumidores brasileiros estão entre os maiores entusiastas do uso da internet e da tecnologia, diz Cristiano

In recent years, communication and information technologies (ICT) have become indispensable as they contribute to improving and simplifying people's lives. The pandemic has accelerated digital behaviors, and the demand for mobile devices with better speed and technology settings is increasing significantly, driving the acquisition or exchange of the device for a more advanced model.

Brazilian consumers are among the biggest enthusiasts of the internet and technology, says Cristiano da Silva, commercial director of TCL Mobile Brasil. "The sales expectation for the smartphone category, in the Christmas period, is very good. We seek to bring the combination of advanced technology, affordable prices and visual security."

Users are increasingly aware of new technologies and demand options in the market. "Motorola was a pioneer in the implementation of 5G in Brazil. This year, we reinforced our bet on technology with all releases already compatible with the fifth generation", says Rodrigo Vidigal, executive director of sales at the company. "We seek to meet different consumer profiles, genders and age groups. Our new device is a flagship with great potential in the Brazilian market", says Thiago Araripe, marketing manager at Xiaomi Brasil.





da Silva, diretor comercial da TCL Mobile Brasil. “A expectativa de vendas para a categoria de smartphones, no período do Natal, é muito boa. Buscamos trazer a combinação de tecnologia avançada, preços acessíveis e segurança visual.”

Os usuários estão cada mais atentos às novas tecnologias e demandam opções no mercado. “A Motorola foi pioneira na implementação do 5G no Brasil. **Neste ano, reforçamos nossa aposta na tecnologia, com todos os lançamentos já compatíveis com a quinta geração**”, diz Rodrigo Vidigal, diretor-executivo de vendas da empresa. “**Buscamos atender os diversos perfis de consumidores, gêneros e faixas etárias.** Nosso novo aparelho é um flagship de grande potencial dentro do mercado brasileiro”, diz Thiago Araripe, gerente de marketing da Xiaomi Brasil.

VENDAS EM ALTA

É factível que as vendas de smartphones cresçam no final do ano. Com as novas tecnologias e atributos, o usuário opta pela troca ou aquisição de um modelo novo. “**Temos expectativas muito positivas para o Natal deste ano. Segundo uma pesquisa realizada pelo Gartner, as vendas globais de smartphones cresceram 10,8% no segundo trimestre de 2021, o que mostra que há uma demanda crescente no mercado**”, destaca Junior Favaro, diretor de marketing e vendas da HMD Global no Brasil.

Há muito otimismo em relação aos possíveis resultados de vendas, diz Renato Citrini, gerente sênior de produtos da divisão de dispositivos móveis da Samsung. “O otimismo é reflexo de uma série de lançamentos de produtos desenvolvidos com inovação e tecnologia.”

SALES ON THE RISE

It is possible that smartphone sales will grow at the end of the year. With new technologies and attributes, the user chooses to exchange or purchase a new model. “We have very positive expectations for Christmas this year. According to a survey conducted by Gartner, global smartphone sales grew 10.8% in the second quarter of 2021, which shows that there is a growing demand in the market”, highlights Junior Favaro, marketing and sales director for HMD Global in Brazil.

“There’s a lot of optimism about potential sales results”, says Renato Citrini, senior product manager for Samsung’s mobile devices division. “The optimism is a reflection of a series of product launches developed with innovation and technology.”

For Christmas this year, Asus reinforced its focus and sales efforts on premium category products. “With the boost of new releases and the work of distribution and marketing within channels and marketplaces, an increase in sales is expected compared to last year”, says Manuel Castro, commercial director of Asus Brasil.

ACCESSORIES MARKET

The accessories market has reached a stage of maturity and, today having a quality charger, for example, is as essential as having a good cell phone, comments Gustavo Massette, mobile specialist at Positivo Tecnologia, a company that represents the Anker brand in Brazil. “Without a doubt, this is a very fertile market with many growth possibilities.”

The category is in constant growth and evolution, due to technological innovation and numerous launches

SMARTPHONES E ACESSÓRIOS - SMARTPHONES AND ACCESSORIES

Para o Natal deste ano, a Asus reforçou o foco e os esforços de vendas nos produtos da categoria premium. "Com o impulso dos novos lançamentos e do trabalho de distribuição e marketing junto aos canais e aos marketplaces, é esperado um aumento nas vendas na comparação com o último ano", relata Manuel Castro, diretor comercial da Asus Brasil.

MERCADO DE ACESSÓRIOS

O mercado de acessórios atingiu um estágio de maturidade e, hoje, ter um carregador de qualidade, por exemplo, é tão indispensável como contar com um bom celular, comenta Gustavo Masette, especialista de mobilidade da Positivo Tecnologia, empresa que representa a marca Anker no Brasil. "Sem dúvida, este é um mercado muito fértil e com muitas possibilidades de crescimento."

A categoria está em constante crescimento e evolução, devido à inovação tecnológica e aos inúmeros lançamentos de aparelhos celulares, tablets, computadores, games e outros eletrônicos, afirma Hicham A. Hamze, diretor da Summerland. "Os acessórios se tornaram essenciais e ganharam mais funcionalidades."

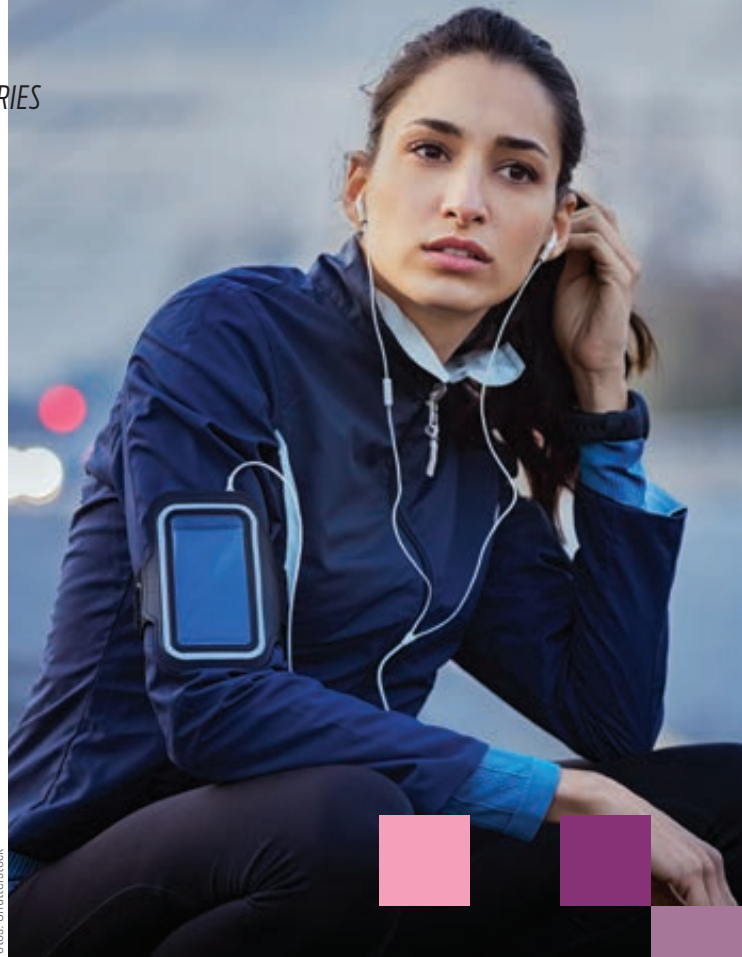
Os smartphones estão cada vez mais no centro de nossas vidas, diz Marcelo Sztajn, CEO da OEX. "O mercado de acessórios e smartphones está em constante evolução e crescimento, o que tornou os acessórios essenciais para garantir a melhor experiência ao usuário."

Esses itens já fazem parte do dia a dia. Protegem os aparelhos e os olhos contra as luzes e são cada vez mais personalizáveis. Também carregam de forma rápida e sem danificar o aparelho. **"Outro nicho com potencial de crescimento no mercado de acessórios é a oferta de produtos sustentáveis e inovadores, que vêm ganhando cada vez mais adeptos"**, destaca André Weege, gerente comercial da Customic.

CATEGORIA EM ASCENSÃO

Segundo cálculos da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), as vendas do Natal deste ano devem movimentar R\$ 34,3 bilhões no comércio varejista, um avanço de 4,3% em relação ao ano passado. "Acreditamos que será um período de muitas vendas", comenta Igerlange Silva Moraes, consultora comercial da Xtrad.

Os acessórios costumam acompanhar as vendas de smartphones. **"As grandes marcas estão retirando os acessórios das embalagens, hoje eles não são**



Fotos: Shutterstock

of cell phones, tablets, computers, games, and other electronics, says Hicham A. Hamze, director of Summerland. "Accessories have become essential and gained more features."

Smartphones are increasingly at the center of our lives, says Marcelo Sztajn, CEO of OEX. "The smartphone and accessories market is constantly evolving and growing, which has made accessories essential to ensure the best user experience."

These items are already part of everyday life. They protect devices, eyes against lights and are increasingly customizable. They also charge quickly and without damaging the device. "Another niche with potential for growth in the accessories market is the offer of sustainable and innovative products, which are gaining more and more followers", highlights André Weege, commercial manager at Customic.

CATEGORY ON THE RISE

According to calculations by the National Confederation of Commerce of Goods, Services and Tourism (CNC), this year's Christmas sales should move R\$ 34.3 billion in retail trade, an increase of 4.3% compared to last year. "We believe that it will be a period of high

vendidos apenas em lojas especializadas, mas também em hipermercados e lojas de decoração. Todos esses fatores são indicativos de que ainda há muito espaço para o crescimento da categoria", diz Rafael Assa, diretor comercial da Geonav.

Há uma demanda reprimida. Portanto nossa expectativa é bem otimista, afirma Felipe Almeida, diretor da HPrime Películas. "A cadeia mundial de suprimentos está afetada por conta da pandemia, mas entendemos que esse mercado tem grande potencial, tendo em vista a busca por novas tecnologias."

O mercado cresceu muito na pandemia e se intensifica a cada dia, comenta Jeferson Ferrão, CEO da iWill. **"Este é um mercado mutável, que acompanha as transições dos novos aparelhos, sempre há espaço para crescer.** A expectativa para o Natal é que seja superaquecido. Aguardamos bons números e preparamos nosso estoque para a demanda reprimida existente no mercado."

"Estamos confiantes no crescimento de mercado de 15%", destaca Marcelo Castro, CEO da i2GO. **"Os consumidores estão cada vez mais exigentes, querem performance junto com qualidade e optam por comprar produtos de maior tíquete médio, consequentemente, os mais buscados nas compras de Natal"**, diz Marcelo. A seguir, estão smartphones e acessórios para a data.

sales", comments Igerlange Silva Moraes, commercial consultant at Xtrad.

Accessories often accompany smartphone sales. "The big brands are removing the accessories from the packaging, today they are not only sold in specialized stores, but also in hypermarkets and decoration stores. All these factors are indicative that there is still a lot of room for the category to grow", says Rafael Assa, commercial director at Geonav.

There is a suppressed demand. Therefore, our expectation is very optimistic, says Felipe Almeida, director of HPrime Películas. "The global supply chain is affected by the pandemic, but we understand that this market has great potential, considering the search for new technologies."

The market has grown a lot in the pandemic and is increasing every day, comments Jeferson Ferrão, CEO of iWill. "This is a changing market, and with the transitions of new devices, there is always room to grow. The expectation for Christmas is that it will be overheated. We await good numbers and prepare our inventory for the suppressed demand in the market."

"We are confident in the 15% market growth", highlights Marcelo Castro, CEO of i2GO. "Consumers are increasingly wanting more, performance along with quality and choose to buy products with higher average ticket prices, therefore the most sought after in Christmas shopping," says Marcelo. Following are smartphones and accessories for the date.



DESTAQUES EM SMARTPHONES

HIGHLIGHTS ON SMARTPHONES

ASUS

Seus mais recentes lançamentos são o **ROG Phone 5s** e o **Zenfone 8**. O primeiro é um smartphone gamer com processador Snapdragon 888+, recursos 5G e Snapdragon Elite Gaming™. Tem Wi-Fi 6 de classe multigigabit, 12 GB de RAM LPDDR5, bateria de 6.000 mAh e tela AMOLED HDR10+ de 144 Hz/1ms com taxa de amostragem de toque nativa de 360 Hz. Desenvolvidos com a empresa de processamento visual Pixelworks®, os visuais têm precisão de cor, tecnologia HDR e tela protegida pelo Corning® Gorilla® Glass Victus™. O smartphone tem carregamento rápido do adaptador HyperCharge de 30 W, também compatível com carregador de 65 W.

O segundo smartphone tem alto desempenho, tamanho compacto, processador Qualcomm SDM 888 com tecnologia 5G, três câmeras: a principal com 64 MP da Sony IMX686 com alta resolução, a secundária ultrawide de 12 MP da Sony IMX363 e uma câmera perfuradora Sony IMX663 de 12 MP com foco automático dual-pixel. Possui tela de 5,9" Samsung AMOLED de 120 Hz, bateria de 4.000 mAh com carregamento de 30 W HyperCharge, combinada a um sistema de otimização de energia para prolongar o tempo de uso. O produto tem certificação IP68 de resistência à água e à poeira.

Its latest releases are **ROG Phone 5s** and **Zenfone 8**. The first is a gamer smartphone with Snapdragon 888+ processor, 5G features and Snapdragon Elite Gaming™. It features multi-gigabit class Wi-Fi 6, 12 GB LPDDR5 RAM, 6,000 mAh battery, and 144 Hz/1ms AMOLED HDR10+ screen with 360 Hz native touch sampling rate. Developed with visual processing company Pixelworks®, the visuals have color accuracy, HDR technology and screen protected by Corning® Gorilla® Glass Victus™. The smartphone has a fast-charging 30W HyperCharge adapter, also compatible with 65W charger.

The second smartphone features high performance, compact size, Qualcomm SDM 888 processor with 5G technology, three cameras: Sony IMX686 64MP main with high resolution, Sony IMX363 12MP ultrawide secondary and a Sony IMX663 12MP punch camera with dual-pixel autofocus. It features a 5.9" Samsung AMOLED 120 Hz screen, 4,000 mAh battery with 30 W HyperCharge charging, combined with an energy optimization system to prolong usage time. The product is IP68 certified for water and dust resistance.

“É esperado um aumento nas vendas na comparação com o último ano.”

“An increase in sales is expected compared to last year”



ROG Phone 5s

Preço sugerido em 14/10/2021: R\$ 5.849,10.

Suggested price as of October 14, 2021: R\$ 5.849,10.

Zenfone 8

Preço sugerido em 14/10/2021: R\$ 4.049,10.

Suggested price as of October 14, 2021: R\$ 4.049,10.



Manuel Castro,
diretor comercial da Asus Brasil
commercial director of Asus Brasil

HMD GLOBAL

A licenciada exclusiva da marca Nokia para telefones, tablets e acessórios destaca para o Natal os novos smartphones da série C, **Nokia C20** e o **Nokia C01 Plus**. Os aparelhos já vêm com Android 11™ (edição Go), o que oferece um desempenho 20% mais rápido, e contam com atualizações de segurança por dois anos. O Nokia C20 tem tela de 6,51", e o Nokia C01 Plus mede 5,45".

Os dois smartphones contam com processador Octa-Core e câmera traseira de 5 MP com fotografia HDR e bateria de 3.000 mAh com duração de até dois dias. São fabricados em policarbonato resistente com chassi interno de liga de metal e testados contra torções, calor, força e queda. No Brasil, a marca disponibiliza oito smartphones, dois fones – o Nokia Power Earbuds Lite e o Nokia Essential Wireless Headphone – e um telefone básico.

The exclusive licensee of the Nokia brand for phones, tablets and accessories highlights for Christmas the new smartphones of the C series, **Nokia C20** and **Nokia C01 Plus**. The devices already come with Android 11™ (Go edition), which offers 20% faster performance, and have security updates for two years. The Nokia C20 has a 6.51" screen, and the Nokia C01 Plus measures 5.45".

Both smartphones feature an Octa-Core processor and a 5 MP rear camera with HDR photography and a 3000 mAh battery lasting up to two days. They are made of tough polycarbonate with an internal metal alloy chassis and tested against twisting, heat, force and drop. In Brazil, the brand offers eight smartphones, two headphones – Nokia Power Earbuds Lite and Nokia Essential Wireless Headphone – and a basic phone.



Nokia C20

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 999,00.

Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 999,00.



Junior Favaro,

diretor de marketing e vendas da HMD Global no Brasil (Nokia) marketing and sales director for HMD Global in Brazil (Nokia)

“Temos expectativas muito positivas para o Natal deste ano.”

“We have very positive expectations for Christmas this year.”



Nokia C01 Plus

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 799,00.

Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 799,00.

MOTOROLA

Dentre os lançamentos, destaca dois aparelhos. O **Motorola Edge 20 Pro** traz uma câmera principal de 108 MP, com um sensor de câmera no formato óptico de 1/1,5". Tem tecnologia Ultra Pixel, para fotos nítidas, mesmo em ambientes com baixa luminosidade. A terceira câmera possui o primeiro sensor telefoto no estilo periscópio, que proporciona clareza a uma distância cinco vezes maior. O modelo conta com o Super Zoom de 50 vezes, sensor híbrido ultrawide e macro, e gravação de vídeo com resolução de 8K.

O outro smartphone é o **Moto G100**, o primeiro dispositivo da linha equipado com a plataforma móvel Qualcomm® Snapdragon™ 870 5G. Conta com 8 GB da última geração de memória, 128 GB de armazenamento integrado e mais 1 TB disponível com um cartão microSD. Tem bateria de 5.000 mAh, que permite mais de 40 horas de uso. O smartphone é compatível com a plataforma Ready For, tecnologia que expande para telas e televisores.

Among the launches, two devices stand out. The **Motorola Edge 20 Pro** features a 108 MP main camera, with a 1/1.5" optical format camera sensor. It has Ultra Pixel technology for sharp photos, even in low light environments. The third camera features the first periscope-style telephoto sensor, which provides clarity at five times the distance. The model features 50 times Super Zoom, ultrawide and macro hybrid sensor, and 8K resolution video recording.

The other smartphone is the **Moto G100**, the first device in the line equipped with the Qualcomm® Snapdragon™ 870 5G mobile platform. It has 8GB of the latest generation of memory, 128GB of built-in storage and 1TB more available with a microSD card. It has a 5,000 mAh battery that allows for more than 40 hours of use. The smartphone is compatible with the Ready For platform, technology that expands to screens and televisions.



Motorola Edge 20 Pro

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 4.999,00.

Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 4,999,00.



Moto G100

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 3.599,00.

Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 3,599,00.



Rodrigo Vidigal,
diretor-executivo de vendas da Motorola
executive director of sales
at Motorola

“Este ano, reforçamos nossa aposta na tecnologia, com todos os lançamentos já compatíveis com a quinta geração.”

“This year, we reinforced our bet on technology with all releases already compatible with the fifth generation”

POSITIVO

O **Positivo Q20** tem 128 GB de armazenamento, processador Octa-Core de 1.6 GHz de velocidade e 4 GB de memória RAM. Bateria com autonomia de até 11 horas, tela de 6,1" HD+ com bordas finas, traseira em vidro e design curvado. Possui câmera tripla, sendo a principal de 13 MP, a segunda de 2 MP, que atua como um sensor de profundidade para desfocar o fundo da imagem no modo bokeh, e a terceira de 5 MP ultrawide, que possibilita fotos com maior ângulo de abertura. Além disso, tem uma câmera frontal de 8 MP no formato waterdrop (gota).

O outro produto para a temporada de vendas é o smartphone **Positivo Twist 4 Pro S518**, com 64 GB de capacidade de armazenamento e tela de 5,5" HD. Disponível nas cores vermelha e preta, tem 1 GB de memória RAM, câmeras traseira e frontal de 8 MP e suporte para dois chips. Seu processador é o Octa-Core ARM Cortex A55 de 1,6 GHz. Possui conector para microSD expansível de até 256 GB.

The **Positivo Q20** has 128GB of storage, a 1.6GHz Octa-Core processor and 4GB of RAM memory. Battery with up to 11 hours autonomy, 6.1" HD+ screen with thin edges, glass back and curved design. It has a triple camera, the main being 13 MP, the second with 2 MP, which acts as a depth sensor to blur the background of the image in bokeh mode, and the third with 5 MP ultrawide, which allows photos with a wider opening angle. In addition, it has an 8 MP front camera in waterdrop format.

The other product for the sales season is the **Positivo Twist 4 Pro S518** smartphone, with 64 GB of storage capacity and a 5.5" HD screen. Available in red and black, it has 1GB of RAM, 8 MP front and rear cameras, and support for two chips. Its processor is the 1.6 GHz Octa-Core ARM Cortex A55. It has an expandable microSD connector up to 256 GB.

“Sem dúvida, este é um mercado muito fértil e com muitas possibilidades de crescimento.”

“Without a doubt, this is a very fertile market with many growth possibilities.”



Positivo Q20

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 1.299,00.

Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 1.299,00.



Positivo Twist 4 Pro S518

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 799,00.

Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 799,00.



Gustavo Masette,

especialista de produtos de Mobilidade da Positivo Tecnologia, empresa representante da marca Anker no Brasil

mobile specialist at Positivo Tecnologia, a company that represents the Anker brand in Brazil

SAMSUNG

Dentre os lançamentos, a marca destaca o **Galaxy Z Flip3 5G** e o **Galaxy Z Fold3 5G**. São smartphones dobráveis com tecnologia anti-impacto, alumínio mais forte e display de vidro resistente. O primeiro modelo, disponível nas cores creme, verde, violeta e preto, tem design elegante e tamanho compacto. Seu modo Flex facilita assistir a vídeos ou filmes dobrando-o parcialmente e sem utilizar as mãos.

O segundo modelo é o primeiro dobrável do mercado compatível com a caneta S Pen. Quando desdobrado, o display premium Infinity Flex de 7,6" oferece experiência para conteúdos com a tecnologia de câmera abaixo da tela – uma baixa densidade de pixels, que não reflete o usuário. Sua taxa de atualização adaptativa Super Smooth de 120 Hz nas telas principais e externas permite uma visão mais nítida. Ambos têm certificação IPX8, que garante proteção contra líquidos.

Among the launches, the brand highlights the **Galaxy Z Flip3 5G** and the **Galaxy Z Fold3 5G**. They are foldable smartphones with anti-impact technology, stronger aluminum and a tough glass display. The first model, available in cream, green, violet and black, has an elegant design and compact size. Its Flex mode makes it easy to watch videos or movies by partially folding it and without using your hands.

The second model is the first collapsible on the market to support the S Pen pen. When unfolded, the premium 7.6" Infinity Flex display offers content experience with under-screen camera technology – a low pixel density that does not reflect the user. Its 120 Hz Super Smooth adaptive refresh rates on main and external screens allows for a sharper view. Both are IPX8 certified that guarantees protection against liquids.

“O otimismo é reflexo de uma série de lançamentos de produtos desenvolvidos com inovação e tecnologia.”

“There’s a lot of optimism about potential sales results, is a reflection of a series of product launches developed with innovation and technology.”



Fotos: Divulgação

Galaxy Z Flip3

Preço sugerido em 08/10/2021: a partir de R\$ 6.999,00.

Suggested price as of October 8, 2021: starting at R\$ 6.999,00.



Galaxy Z Fold3

Preço sugerido em 08/10/2021: a partir de R\$ 12.799,00.

Suggested price as of October 8, 2021: starting at R\$ 12.799,00.



Renato Citrini,

gerente sênior de produtos da divisão de dispositivos móveis da Samsung
senior product manager for Samsung’s mobile devices division at Samsung

TCL MOBILE

Com chegada prevista para este ano, o **TCL 20B** é um smartphone Android com câmera de 50 MP e uma parte traseira curva 3D. Tem corpo fino de 7,99 mm, tecnologia NXTVISION de 6,52" e memória RAM de 4 GB. Seu armazenamento de 64 GB tem possibilidade de expansão para até 512 GB com cartão microSD removível. A bateria suporta até 19 horas de reprodução de vídeo e 121 horas de música com uma carga. O carregamento rápido de até 18 W oferece 50% da bateria em 34 minutos.

O segundo destaque é o modelo premium da Série 20, o **TCL 20 Pro 5G**. Com tecnologia NXTVISION 2.0, o aparelho oferece conectividade 5G, display AMOLED curvo de 6,67" e reprodução HDR10 para streaming de vídeo. Tem câmeras traseiras quádruplas, com sensor principal Sony IMX de 48 MP, lentes ultrawide, macro e sensores de profundidade. Possui uma câmera frontal de 32 MP habilitada para HDR e bateria de 4.500 mAh, 6 GB de memória RAM e 256 GB de armazenamento interno com capacidade para microSD de até 1 TB.

*Scheduled for arrival this year, the **TCL 20B** is an Android smartphone with a 50 MP camera and a curved 3D back. It has a slim 7.99mm body, 6.52" NXTVISION technology and 4GB RAM memory. Its 64GB storage is expandable up to 512GB with a removable microSD card. The battery supports up to 19 hours of video playback and 121 hours of music on one charge. Fast charging up to 18W provides 50% battery life in 34 minutes.*

*The second highlight is the 20 Series premium model, the **TCL 20 Pro 5G**. With NXTVISION 2.0 technology, the device offers 5G connectivity, 6.67" curved AMOLED display and HDR10 playback for video streaming. It has quad rear cameras, with 48 MP Sony IMX main sensor, ultrawide lens, macro and depth sensors. It features a 32MP HDR-enabled front camera and 4,500 mAh battery, 6GB of RAM and 256GB of internal storage with a microSD capacity of up to 1TB.*



TCL 20B



TCL 20 Pro 5G



Cristiano da Silva,
diretor comercial da TCL Mobile Brasil
commercial director at TCL Mobile Brasil

“A expectativa de vendas para a categoria de smartphone no período do Natal é muito boa.”

“The sales expectation for the smartphone category, in the Christmas period, is very good.”

XIAOMI

Com corpo ultrafino de 6,81 mm e ultraleve de 158 g, o **Xiaomi 11 Lite 5G** é um smartphones 5G com tela AMOLED plana de 6,55" e suporte Dolby Vision. Apresenta uma gama de cores DCI-P3 e profundidade de cor TrueColor de 10 bits, são 1,07 bilhão de cores na tela. A tela também se destaca pela alta taxa de atualização de 90 Hz e pela taxa de amostragem de toque de 240 Hz.

O smartphone possui uma matriz de câmera tripla, incluindo a principal de 64 MP, um ângulo ultra-amplio de 8 MP e um telemacro de 5 MP, que aprimora o seu alcance. À noite, o Nigüe Mode captura fotos nítidas usando a câmera grande angular e a câmera frontal em condições de pouca luz.

With an ultra-slim 6.81mm body and 158g ultralight, the **Xiaomi 11 Lite 5G** is a 5G smartphone with a flat 6.55" AMOLED screen and Dolby Vision support. It features a DCI-P3 color gamut and 10-bit TrueColor color depth, it's 1.07 billion colors on the screen. The screen also stands out for its high 90 Hz refresh rate and 240 Hz touch sampling rate.

With an ultra-slim 6.81mm body and 158g ultralight, the Xiaomi 11 Lite 5G is a 5G smartphone with a flat 6.55" AMOLED screen and Dolby Vision support. It features a DCI-P3 color gamut and 10-bit TrueColor color depth, it's 1.07 billion colors on the screen. The screen also stands out for its high 90 Hz refresh rate and 240 Hz touch sampling rate.

Xiaomi 11 Lite 5G

Preço sugerido em 13/10/2021: R\$ 3.999,90 (6 GB).

Suggested price as of October 13, 2021: R\$ 3.999,90 (6 GB).



Fotos: Divulgação

“Buscamos atender os diversos perfis de consumidores, gêneros e faixas etárias.”

“We seek to meet different consumer profiles, genders and age groups.”



Thiago Araripe,
gerente de marketing da Xiaomi Brasil
Xiaomi Brasil marketing director

ANKER

O **cabo Anker Adaptador USB-C 5 em 1** e o **carregador Wireless PowerWave II** são os destaques para o Natal. O cabo é um dispositivo que funciona como hub e permite conectar até cinco aparelhos ao computador por meio de portas USB 3.0, HDMI e Ethernet, que oferece alta velocidade de transferência de dados, com taxas de até 5 Gbps pelas portas USB e de até 1 Gbps via porta Ethernet, suficiente para compartilhar listas de música e filmes em segundos.

Compatível com diversos aparelhos com tecnologia Qi, como iPhone 12, Samsung Galaxy s21 e AirPods, o carregador vem com adaptador, uma base de carregamento de bateria de smartphone e acessórios por indução. Possui anéis antiderrapantes para apoio dos dispositivos, que são carregados automaticamente, sem a necessidade de fios.

The **Anker USB-C 5-in-1 Adapter cable** and the **Wireless PowerWave II charger** are the highlights for Christmas. The cable is a device that works as a hub and allows you to connect up to five devices to the computer through USB 3.0, HDMI and Ethernet ports, which offers high data transfer speed, with rates of up to 5 Gbps through the USB ports and up to 1 Gbps via Ethernet port, enough to share music and movie lists in seconds.

Compatible with many Qi-enabled devices such as the iPhone 12, Samsung Galaxy s21 and AirPods, the charger comes with an adapter, a smartphone battery charging cradle and induction accessories. It has non-slip rings to support the devices, which are charged automatically, without the need for wires.



Cabo Anker Adaptador USB-C 5 em 1
Anker USB-C 5-in-1 Adapter cable

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 599,00.
Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 599,00.



Carregador Wireless PowerWave II
Wireless PowerWave II charger

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 299,00.
Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 299,00.

CUSTOMIC

A linha de acessórios **AntiBactéria** é o destaque da marca para este ano. Composta por capas e películas especiais, possui tecnologia antibacteriana, que elimina até 99,99% das bactérias mais comuns presentes nas superfícies. Tem certificação militar contra quedas de até dois metros, matéria-prima alemã com tecnologia antiamarelamento e bordas elevadas que garantem maior proteção para a tela. É aprovado pelo SGS Group.

Outro destaque é a linha de películas especiais **AntiBlue**. Com a tecnologia do mesmo nome, atenua o efeito da luz azul emitida pelas telas dos telefones, prevenindo o ressecamento dos olhos e danos à pele. Também ajuda na qualidade do sono, pois é efetiva contra radicais livres, dificuldade para dormir e alterações da melatonina (hormônio do sono). Recomendada para usuários que passam muitas horas em frente à tela do celular. Conta, ainda, com a tecnologia antirrisco.

The **AntiBactéria** (Anti-bacteria) line of accessories is the brand's highlight for this year. Made up of special layers and films, it has antibacterial technology, which eliminates up to 99.99% of the most common bacteria present on surfaces. It has military certification against falls of up to two meters, German raw material with anti-yellowing technology and raised edges that ensure greater protection for the screen. It is approved by the SGS Group.

Another highlight is the line of special **AntiBlue** film protectors. With the technology of the same name, it attenuates the effect of blue light emitted by phone screens, preventing dry eyes and skin damage. It also helps in the quality of sleep, as it is effective against free radicals, difficulty sleeping and changes in melatonin (sleep hormone). Recommended for users who spend many hours in front of their cell phone screen. It also has scratch-free technology.



AntiBactéria

Preço sugerido em 14/10/2021: a partir de R\$ 139,00.

Suggested price as of October 14, 2021: starting at R\$ 139,00.



Películas AntiBlue
AntiBlue film protector

Preço sugerido em 14/10/2021: a partir de R\$ 139,00.

Suggested price as of October 14, 2021: starting at R\$ 139,00.



André Weege,
gerente comercial da Customic
commercial manager at Customic

“Outro nicho com potencial de crescimento no mercado de acessórios é a oferta de produtos sustentáveis.”

“Another niche with potential for growth in the accessories market is the offer of sustainable and innovative products.”

GEONAV

Com portfólio completo de acessórios de cabos, carregadores e capas, a marca destaca as novidades. Os aparelhos **AerTune**, da linha de áudio ERA, são fones de ouvido que contam com a tecnologia de cancelamento de ruído ativo, realçando a música com o bloqueio de barulho externo. O produto traz experiência sonora com preço competitivo para o mercado, destaca a empresa.

Mais uma novidade é o **carregador SuperPower 25W**. Oferece carregamento rápido para dispositivos Android, incluindo o novo Galaxy S21 da Samsung e os iPhones 12 e 13, com um carregamento pela porta USB-C com Power Delivery (PD) de até 25 W. Também pode ser usado com tablets. Todos os produtos da linha energia são certificados pela Anatel.



Carregador SuperPower 25W
SuperPower Charger 25W

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 119,90.

Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 119,90.

With a complete portfolio of cable accessories, chargers and covers, the brand highlights their releases. **AerTune** devices, from the ERA audio line, are headphones that feature active noise canceling technology, enhancing music with external noise blocking. The product brings sound experience at a competitive price to the market, highlights the company.

Another innovation is the **SuperPower 25W charger**. Offers fast charging for Android devices, including Samsung's new Galaxy S21 and iPhones 12 and 13, with a USB-C port charging with Power Delivery (PD) of up to 25W. Can also be used with tablets. All products in the energy line are certified by Anatel.



Fone de ouvido AerTune
Earphone AerTune

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 399,90.

Suggested price on 10/05/2021: R\$ 399,90.



Rafael Assa,
diretor comercial da Geonav
commercial director at Geonav

“Existe um grande espaço para o crescimento da categoria.”

“There is still a lot of room for the category to grow”

HPRIME PELÍCULAS

O dispositivo de recorte de película sob demanda **QuickFilm** é de fácil manuseio, leve, portátil e com garantia vitalícia. A película tem qualidade premium, oferecendo mais segurança ao usuário. As opções recém-lançadas são a de Filme Fosco, que diminui a oleosidade na tela, bem como as marcas de dedos, e o Filme Privacidade, que impede que pessoas próximas consigam enxergar a tela. As mais de 50 opções de estampas de Filme para o Verso com designs exclusivos são um diferencial.

Outro destaque que a marca apresenta é o case **Bumper** com película para Apple Watch. É uma capa protetora produzida em policarbonato, que garante proteção contra riscos, arranhões e impactos, com película de vidro temperado integrado em uma única peça. O produto, de alta qualidade e resistente, está disponível em diversas cores para personalizar o relógio do usuário.

The **QuickFilm** on-demand film clipping device is easy to handle, lightweight, portable and with a lifetime warranty. The film is of premium quality, offering more security to the user. The newly launched options are the Matte Film, which reduces oiliness on the screen, as well as the fingerprints, and the Privacy Film, which prevents people close to you being able to see the screen. The 50 options for Verso Film print with exclusive designs are a differentiator.

Another highlight the brand presents is the **Bumper** case with film for the Apple Watch. It is a protective cover made of polycarbonate, which guarantees protection against scratches and impacts, with a tempered glass film integrated in a single piece. The high quality and resistant product is available in several colors to personalize the user's watch.



QuickFilm

Preço sugerido em 06/10/2021: R\$ 2.499,00.

Suggested price as of October 6, 2021: R\$ 2.499,00.

“Entendemos que esse mercado tem grande potencial de crescimento, tendo em vista a busca cada vez maior dos usuários por novas tecnologias.”

“we understand that this market has great potential, considering the search for new technologies.”



Felipe Almeida,
diretor da HPrime Películas
director at HPrime Películas



Bumper

Preço sugerido em 06/10/2021: R\$ 39,91.

Suggested price as of October 6, 2021: R\$ 39,91.

i2GO

Os destaques da marca são o **carregador magnético sem fio MagSafe 15 W** e o **fone TWS Air Studio GO**. Com design leve e slim, o carregador conta com a tecnologia de carregamento sem fio padrão Qi e 15 W de potência. O produto é compatível com a tecnologia MagSafe da Apple presente no iPhone 12, além de vir com dois anéis metálicos, que adaptam para a tecnologia MagSafe qualquer smartphone com compatibilidade para carregamento por indução.

Já o fone TWS Air Studio traz a tecnologia digital noise cancelling, que elimina eletronicamente o som em sua volta e filtra somente a voz do usuário, ideal para a realização de videochamadas. O fone atinge até 15 horas de músicas e chamadas, tem Bluetooth 5.0 com até 10 metros de alcance, um estojo compacto e fixação magnética.

The brand's highlights are the **MagSafe 15 W wireless magnetic charger** and the **TWS Air Studio GO earphone**. With a slim, lightweight design, the charger features standard Qi wireless charging technology and 15W of power. The product is compatible with Apple's MagSafe technology present on the iPhone 12, and comes with two metal rings, which adapt any smartphone with induction charging compatibility to MagSafe technology.

The TWS Air Studio headset, on the other hand, features the digital noise cancelling technology that electronically eliminates the sound around it and filters only the user's voice, ideal for making video calls. The headset achieves up to 15 hours of music and calls, has Bluetooth 5.0 with up to 10 meters range, a compact case and magnetic attachment.



Fone TWS Air Studio GO
TWS Air Studio GO earphone

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 349,90.
Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 349,90.



Carregador magnético MagSafe 15 W
MagSafe 15 W magnetic charger

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 299,90.
Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 299,90.



Marcelo Castro,
CEO da i2GO
i2GO CEO

“Estamos confiantes em um crescimento de mercado de 15%.”

“We are confident in the 15% market growth.”

iWILL

Dentre as novidades para o final do ano, a marca destaca a linha de áudio. O **Elite Bass Headphone**, disponível em três cores, é sem fio e conta com a tecnologia Bluetooth 5.0. Permite controle das músicas nos alto-falantes. Tem capacidade para até 25 horas de reprodução contínua de música, 22 horas de chamada e até 120 horas de uso. Os produtos da linha são confortáveis, têm hastes ajustáveis, conexão de longo alcance e som estéreo, que proporciona uma experiência de música mais imersiva.

Na área de carregamento, o destaque é o adaptador de parede. O **adaptador USB + USB-C** tem potência total de até 30 W e carregamento USB-C, que suporta até 20 W. Possui tecnologia Power Delivery, que potencializa a eficiência do carregamento. Tem proteção plástica compatível com o padrão brasileiro de plugues e tomadas, e conector metálico para otimizar a passagem de energia. Assim como os fones, são produtos homologados pela Anatel, o que proporciona maior segurança ao usuário.

Among the novelties for the end of the year, the brand highlights the audio line. The **Elite Bass Headphone**, available in three colors, is wireless and features Bluetooth 5.0 technology. Allows control of music on speakers. It is capable of up to 25 hours of continuous music playback, 22 hours of calling and up to 120 hours of use. The products in the line are comfortable, have adjustable temples, long-range connection and stereo sound, which provides a more immersive music experience.

In the charging sector, the highlight is the wall adapter. The **USB + USB-C adapter** has a total power of up to 30 W and USB-C charging, which supports up to 20 W. It has Power Delivery technology that enhances the charging efficiency. It has plastic protection compatible with the Brazilian standard for plugs and sockets, and a metallic connector to optimize the passage of energy. As well as the headphones, they are products approved by Anatel, which provides greater security to the user.

Fotos: Divulgação



Adaptador USB + USB-C
USB + USB-C adapter

Preço sugerido em 28/09/2021: a partir de R\$ 89,90.

Suggested price as of September 28, 2021: starting at R\$ 89,90.

“Este é um mercado mutável, que acompanha as transições dos novos aparelhos, sempre há espaço para crescer.”

“This is a changing market, and with the transitions of new devices, there is always room to grow.”



Jeferson Ferrão,
CEO da iWill
iWill CEO

Elite Bass Headphone

Preço sugerido em 28/09/2021: a partir de R\$ 289,90.

Suggested price as of September 28, 2021: starting at R\$ 289,90.



OEX

O **carregador de tomada 2 em 1 CG206** tem uma entrada USB+ TYPE C (PD), potência de 20 W e tomada de dois pinos, ideal para recarregar de forma rápida diversos modelos de dispositivos móveis. O aparelho suporta até duas recargas simultâneas e é compatível com iPhone (a partir da versão 12) e os novos iPads.

Recém-lançado, o **fone Bluetooth Freedom TWS40**, disponível nas cores preto e branco, tem conexão Bluetooth 5.0, frequência de 2.4 GHz e tecnologia TWS, quando os fones podem ser utilizados juntos ou separados. É um fone intra-auricular, com encaixe confortável, e seu alcance é de até 10 metros do dispositivo pareado. Tem sensor touch, e a recarga do case é via USB 2.0. A capacidade da bateria é de 180 mAh e a de cada fone é de 45 mAh. Seu tempo de reprodução atinge até quatro horas.

The **CG206 2-in-1 Plug Charger** has a USB+ TYPE C (PD) input, 20W power and two-pin plug, ideal for quickly recharging various models of mobile devices. The device supports up to two simultaneous recharges and is compatible with iPhone (from version 12) and new iPads.

The newly **launched Freedom TWS40 Bluetooth headset**, available in black and white, has a Bluetooth 5.0 connection, 2.4 GHz frequency and TWS technology, when the headsets can be used together or separately. It is an in-ear headset, with a comfortable fit, and its range is up to 10 meters from the paired device. It has a touch sensor, and the case is recharged via USB 2.0. The battery capacity is 180 mAh and that of each earphone is 45 mAh. Its playing time reaches up to four hours.



Carregador de tomada 2 em 1 CG206
CG206 2-in-1 Plug Charger

Preço sugerido em 18/10/2021: R\$ 89,00.

Suggested price as of October 18, 2021: R\$ 89,00.



Fone Bluetooth Freedom TWS40
Freedom TWS40 Bluetooth headset

Preço sugerido em 18/10/2021: R\$ 229,90.

Suggested price as of October 18, 2021: R\$ 229,90.



Marcelo Sztajn,
CEO da OEX
OEX CEO

“O mercado de acessórios e smartphones está em constante evolução e crescimento.”

“The smartphone and accessories market is constantly evolving and growing.”

SUMMERLAND

A empresa destaca dois produtos da linha Rock Space, a **caixa multifuncional V6** e o **carregador T43**. A primeira tem design retrátil, é portátil e fácil de guardar. Sua luz de 100 LEDs embutidos dos dois lados propicia iluminação em ambientes com pouca luminosidade. Conta com três cores, fria, média ou quente, e oito efeitos. A bateria recarregável de 50 mAh garante até 12 horas de uso. O aparelho vem com controle remoto Bluetooth compatível com iOS e Android.

Com design premium e compacto, o carregador T43 tem tecnologia USB-C Power Delivery, que carrega até 60% um iPhone em 30 minutos. Possui chip IC embutido, capaz de detectar e oferecer automaticamente a energia de carregamento ideal para os dispositivos conectados. Conta, também, com recursos de segurança contra sobrecarga, superaquecimento e curto-circuito.

The company highlights two products from the Rock Space line, the **V6 multifunction box** and the **T43 charger**. The first has a retractable design, is portable and easy to store. Its built-in light of 100 LEDs on both sides provides illumination in low light environments. It has three colors, cool, medium or warm, and eight effects. The 50 mAh rechargeable battery guarantees up to 12 hours of use. The device comes with Bluetooth remote control compatible with iOS and Android.

Premium and compact design, the T43 charger features USB-C Power Delivery technology, which charges up an iPhone to 60% in 30 minutes. It has built-in IC chip, capable of automatically detecting and providing optimal charging power for connected devices. It also has safety features against overload, overheating and short circuit.

“Os acessórios se tornaram essenciais e ganharam mais funcionalidades.”

“Accessories have become essential and gained more features.”



Carregador Pro Dual T43
Pro Dual charger T43

Preço sugerido em 04/10/2021: a partir de R\$ 29,90.
Suggested price as of October 4, 2021: starting at R\$ 29,90.

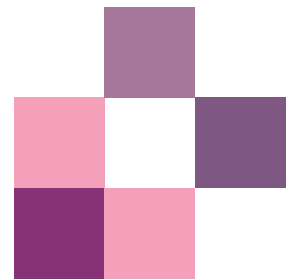


Suporte Caixa Multifuncional V6
V6 multifunction box

Preço sugerido em 04/10/2021: os preços variam de R\$ 20,00 a R\$ 320,00.
Suggested price as of October 4, 2021: prices vary from R\$ 20,00 to R\$ 320,00.



Hicham A. Hamze,
diretor da Summerland
Summerland director



XTRAD

Seus destaques são o **bastão de selfie CH0466** e o **fone Bluetooth LC-836**. O bastão de vídeos e gravações é um acessório funcional para viagens, passeios e trabalhos. Com formato tripé, oferece estabilidade ao celular e possui controle remoto via Bluetooth. É fácil de transportar por ser leve, compacto e medir apenas 18,5 cm quando retraído. Sua extensão total atinge até 70 cm, ajustável, e 360° de rotação.

Com tecnologia sem fio Bluetooth 5.0, o fone de ouvido é leve e compacto e possibilita o uso individual ou em par. Tem tecnologia TWS e é resistente ao suor. Possui microfone embutido e, por ser touch, com um toque é possível executar comandos. Conta com proteção de silicone, bateria interna atingindo até 3 horas de uso e é compatível com Android ou iOS. Acompanha cabo USB e base de carregamento magnético. ■■

Its highlights are the **CH0466 selfie stick** and the **LC-836 Bluetooth headset**. The video and recording stick is a functional accessory for travel, sightseeing and work. With tripod format, it offers stability to the cell phone and has remote control via Bluetooth. It is easy to carry since it is light, compact and measures just 18.5 cm when stowed. Its full extension is adjustable and reaches up to 70 cm and 360° rotation.

With Bluetooth 5.0 wireless technology, the headset is light and compact and allows for single or pair use. It has TWS technology and is sweat resistant. It has a built-in microphone and with a touch it is possible to execute commands. It has silicone protection, internal battery for up to 3 hours of use and is compatible with Android or iOS. Includes USB cable and magnetic charging base. ■■



Bastão de selfie – CH0466
Selfie stick – CH0466

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 50,00.

Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 50,00.

“Acreditamos que será um período de muitas vendas.”

“We believe that it will be a period of high sales”



Igerlange Silva Moraes,
consultora comercial da Xtrad
commercial consultant at Xtrad



Fone Bluetooth – LC-836
Bluetooth headset – LC-836

Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 100,00.

Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 100,00.



DESAFIOS E VANTAGENS DO VAREJO NO NATAL DE 2021

Mesmo concorrendo com atividades como a do turismo, o varejo tende a registrar bom resultado nas vendas neste final de ano com a oferta de crédito e descontos. Poderá fechar o ano com aumento de 8% nas vendas sobre 2020. Afinal, este é o Natal que vai marcar o reencontro das famílias, e isso terá reflexos no movimento de compra.

CHALLENGES AND ADVANTAGES IN RETAIL AT 2021 CHRISTMAS

Even competing with activities such as tourism, retail tends to register good sales results at the end of the year with credit and discounts offerings. It may close the year with an 8% increase in sales over 2020. After all, this is the Christmas that will mark the reunion of families and will have an impact on the purchase movement.

O varejo começa a dar bons sinais de que haverá recomposição da demanda reprimida neste Natal, diz o assessor econômico da FecomercioSP, Altamiro Carvalho. “É um

cenário mais sensato, com alguns fatores positivos como o 13º salário – que, em 2020, foi adiantado por boa parte das empresas –, os números da vacinação, que estão restaurando a confiança do consumidor, e o aumento da oferta de crédito.”

Em paralelo, mesmo com o aumento da mão de obra formal, há pontos negativos, como a inflação alta, com a consequente corrosão do poder de compra, e a falta de expectativa de aumento da renda. Além disso, em 2021 o comércio terá a concorrência de atividades como a do turismo. “Com a pandemia, as pessoas deixaram de viajar, não houve lazer, destinaram o dinheiro para o consumo de bens. Não haverá sobra”, diz o especialista.

Apesar disso, a expectativa é positiva para o Natal, melhor do que a de 2020, conta Altamiro. “O ritmo de crescimento será menor do que o do primeiro semestre de 2020. O setor de eletros não deverá ultrapassar os 21% de aumento de vendas obtido em 2020, que é uma base muito forte. Após um ano e meio de ci-

Retail is starting to show good signs that there will be a recovery of the halted demand this Christmas, says the economic advisor at FecomercioSP, Altamiro Carvalho. “It is a more sensible scenario, with some positive factors such as the 13th salary that in 2020 was advanced by most companies, the vaccination numbers, which are restoring consumer confidence, and the increase of credit offer.”

In parallel, even with the increase in formal labor, there are negative points, such as high inflation, with the consequent erosion of purchasing power, and the lack of expectation of income increase. Furthermore, in 2021, commerce will have competition from activities such as tourism. “With the pandemic, people stopped traveling, there was no leisure, they destined the money for the consumption of goods. There will be no leftovers”, says the expert.

Despite this, the expectation is positive for Christmas and better than 2020, says Altamiro. “The pace of growth will be lower than in the first half of 2020. The appliances sector should not exceed the 21% increase in sales achieved in 2020, which is a very strong base. After a year and a half of positive cycle, it will enter a



clo positivo, entrará em fase de equilíbrio. Se o varejo crescer de 2% a 3% neste semestre, fechará o ano com aumento de 8% nas vendas sobre 2020.”

1º LUGAR

O Natal é, sem dúvida, a data mais relevante do varejo, mesmo levando em conta as boas vendas da Black Friday, diz o assessor econômico. “O Natal se sustenta, há a tradição da troca de presentes e, principalmente, o 13º salário. A data é muito abrangente e, neste ano, deverá haver maior equilíbrio entre as diferentes atividades. O mercado imobiliário está em alta, e isso favorece também o segmento de móveis e decorações.”

Este Natal tende, também, a ser de recuperação da loja física. “Ela é essencial para algumas atividades e vai retomar o seu papel de protagonismo no consumo. Do total de vendas varejistas no Estado de São Paulo, o comércio eletrônico representa de 6% a 7% e os shoppings centers, 5%. Menos de 10% dos 5.562 municípios de São Paulo têm shopping. Nas cidades pequenas, predomina o comércio de rua”, explica Altamiro.

Marketing e promoção são essenciais para incentivar as vendas, e isso inclui parceria com o sistema financeiro e oferta de vantagens como desconto no frete e nos itens que estão no estoque há mais tempo, diz o especialista. “É preferível vender a preço de custo para buscar a maximização, negociar prazo e preço com o consumidor e estimular sua ida à loja. Ter produtos em consignação também pode ser uma grande saída neste Natal.”

4º TRIMESTRE

Período mais importante para os eletroeletrônicos, o chamado golden quarter concentra algo em torno de 1/3 do faturamento anual do setor ao englobar a Black Friday e o Natal. “Ao longo dos anos, a primeira data cresceu, e a segunda se tornou complementar. Seu foco é gerenciar oportunidades por categorias e ativar diferentes ações de marketing e vendas para otimizar resultados do golden quarter”, diz Fernando Baialuna, diretor de negócios e varejo da GfK.

A previsão é que o crescimento em faturamento, no período, se dará por efeito do aumento médio dos produtos devido aos repasses de preço por força da alta de custos na cadeia de distribuição e das variações cambiais. O desafio da indústria e do varejo é estimular as vendas em um País com grandes diferenças sociais. “Existe uma demanda reprimida histórica para uma série de categorias, mas os mais pobres sofrem com a redução da renda”, explica Fernando.



Foto: Divulgação

ALTAMIRO CARVALHO,
ASSESSOR ECONÔMICO DA FECOMERCIO SP
ECONOMIC ADVISOR AT FECOMERCIO SP

“Este Natal tende a ser de recuperação da loja física. Ela é essencial para algumas atividades e vai retomar o seu papel de protagonismo no consumo.”

“This Christmas also tends to be the recovery for the physical store. It is essential for some activities and will take its leading role in consumption.”

phase of equilibrium. If retail grows from 2% to 3% this semester and it will end the year with an 8% increase in sales over 2020.”

1ST PLACE

Christmas is undoubtedly the most relevant date for retail, even considering the good sales of Black Friday, says the economic advisor. “Christmas is sustainable, there is the tradition of exchanging gifts and, mainly, the 13th salary. The date is very comprehensive and, this year, there should be greater balance between the different activities. The real estate market is booming, and this also favors the furniture and decoration segment.”

This Christmas also tends to be the recovery for the physical store. “It is essential for some activities and will take its leading role in consumption. Of the total retail sales in the State of São Paulo, e-commerce represents between 6% and 7% and shopping malls, 5%. Less than 10% of the 5,562 municipalities in São Paulo

NATAL - CHRISTMAS

Neste ano, o protagonismo será dos itens com maior apelo tecnológico, como smartphones, televisores e notebooks, diz o diretor da GfK. "É uma oportunidade para a indústria e o varejo trabalharem o mix e as ofertas dessas categorias para otimizar margens. Além disso, seja por apelo sazonal ou pelo ato de presentear, algumas categorias são características do Natal, como, ventiladores e tablets."

PRODUTOS PREMIUM

A premiunização é um fenômeno contínuo e uma oportunidade no Brasil, uma vez que a maior parte da população ainda busca acesso a melhores tecnologias. No cenário atual, com a perda de renda, é preciso considerar que os efeitos da crise alteram a percepção de valor do consumidor, explica Fernando.

"Nesse contexto, surgem alternativas que traduzem o desejo da classe B de comprar um produto premium com preço mais acessível, o que é possível quando a

have a shopping mall. In small towns, street commerce predominates", explains Altamiro.

Marketing and promotion are essential to encourage sales, and this includes partnering with the financial system and offering advantages such as discounts on shipping and items that have been in stock for longer, says the expert. "It is preferable to sell at cost price to seek maximization, negotiate terms and prices with the consumer, and encourage them to go to the store. Having products on consignment can also be a great strategy this Christmas."

4TH QUARTER

The most important period for appliances, the so-called golden quarter concentrates something around 1/3 of the sector's annual revenue, encompassing Black Friday and Christmas. "Over the years, the first date grew, and the second became complementary. Its focus is to manage opportunities by categories and activate different marketing and sales actions to optimize results for this golden quarter", says Fernando Baialuna, Business and Retail Director at GfK.

The forecast is that sales growth in the period will be due to the average increase in products anticipated by price transfers due to higher costs in the distribution chain and exchange rate variations. The challenge for industry and retail is to stimulate sales in a country with great social differences. "There is a historically suppressed demand for a series of categories, but the poorest suffer from the reduction in income", explains Fernando.

This year, the leading role will be for items with greater technological appeal, such as smartphones, televisions, and notebooks, says the director of GfK. "It is an opportunity for industry and retail to work on the mix and offers of these categories to optimize margins. In addition, whether for seasonal appeal or the act of giving, some categories are characteristic of Christmas, such as fans and tablets."

PREMIUM PRODUCTS

Premiumization is a continuous phenomenon and an opportunity in Brazil, as most of the population still seeks access to better technologies. In the current scenario, with the loss of income, it is necessary to consider that the effects of the crisis modify the consumer's perception of value, explains Fernando.

"In this context, alternatives emerge that reflect the desire of the B class to buy a premium product at a

“A melhor experiência ocorre através da integração dos ambientes físico e online. O digital é condição para potencializar as vendas.”

“The best experience occurs through the integration of physical and online environments. The digital is a condition to boost sales.”



Foto: Divulgação

FERNANDO BAIALUNA,
DIRETOR DE NEGÓCIOS E VAREJO DA GfK
BUSINESS AND RETAIL DIRECTOR AT GfK

empresa prioriza alguns features em detrimento de outros. No caso das classes C e D, o downgrade é inevitável, e justamente nesses momentos da história surgem novas marcas com preços alternativos e mais acessíveis.”

A otimização do mix, um grande desafio, deve ser pensada a partir da jornada de compras e não só por segmentação de canal. “A melhor experiência ocorre através da integração dos ambientes físico e online. O digital é condição para potencializar as vendas. Não menos importante é comunicar com clareza a disponibilidade de crédito e oferecer condições que estimulem a demanda. As promoções voltam como condição fundamental para atrair consumidores com menor renda disponível”, afirma Fernando.

VENDAS DO E-COMMERCE

O canal está com projeção otimista para este Natal, afirma Rodrigo Bandeira, vice-presidente da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm).

“Mesmo diante do cenário não tão favorável, do câmbio e do dólar, a expectativa de crescimento na data é de dois dígitos, isto é, 18% em relação ao ano anterior. O faturamento deverá chegar a R\$ 16,684 bilhões.”

Historicamente, o último trimestre é bom de vendas. As pessoas ficam mais propensas a comprar. “Este será o Natal do reencontro das famílias, haverá proximidade, não podemos esquecer disso, e tal situação terá reflexos no movimento de compra. Além disso, o 13º salário sempre ajuda, mesmo levando em conta que este ano ele terá uso misto, ou seja, uma parte irá para o pagamento de dívidas”, conta Rodrigo.



Foto: Divulgação

RODRIGO BANDEIRA,
VICE-PRESIDENTE DA ABCOMM
VICE PRESIDENT OF ABCOMM

“Este será o Natal do reencontro das famílias, haverá proximidade, não podemos esquecer disso, e tal situação terá reflexos no movimento de compra.”

“This will be the Christmas of the families’ reunion, there will be closer, we must not forget that; and this situation will have an impact on the purchase behavior.”

Foto: Shutterstock

PROJEÇÃO DA ABCOMM

ABCOMM PROJECTIONS

NATAL 2021

Período	15/11 a 24/12
Crescimento em relação ao ano anterior	18%
Faturamento	16,684 bilhões
Tiquete Médio	R\$ 445
Categorias mais vendidas	Informática, Celulares, Eletrônicos, Moda e Acessórios, Brinquedos
Número de pedidos	37,5 milhões

CHRISTMAS 2021

Period: 11/15 to 12/24
Growth compared to last year: 18%
Revenue: R\$ 16,684 billion
Medium ticket: R\$445
Most sold categories: IT, cellular phones, electronics, fashion, toys, accessories
Number in orders (in millions): 37,5



LUIZ ANTONIO SECCO,
CONSULTOR DE VAREJO DO SENACRJ
SENACRJ RETAIL CONSULTANT

“ Não existe apelo racional mais forte que o emocional. Mas, em época de crise, o preço e as vantagens relativas devem ser enfatizados sempre.”

“ There is no stronger rational appeal than the emotional one. But in times of crisis, price and relevant advantages must always be emphasized”

Smartphones, itens ligados à conectividade, televisores e produtos de informática mais potentes, tradicionalmente, são os mais procurados no e-commerce, e as empresas devem se preparar, diz o vice-presidente da ABComm. “O desafio do varejo é permanente, é de logística e de entrega rápida. Precisamos trabalhar a maturidade inclusiva, dar confiança ao consumidor para adquirir produtos na internet. Ainda temos muito a percorrer.”

MARCAS TÊM QUE PRIORIZAR AS AÇÕES

Consultor de varejo do SenacRJ, o engenheiro Luiz Antonio Secco aborda em seu novo livro “A alma, o coração e o cérebro do varejo” as estratégias e técnicas a serem adotadas pelos varejistas para maximizar seus resultados, como conta nesta entrevista.

ALMA, CORAÇÃO E CÉREBRO FORMAM UM CONJUNTO DE ESTRATÉGIAS?

LUIZ ANTONIO SECCO – Alma é a construção da marca. Coração é a relação com o cliente. E cérebro é a gestão da empresa. São fatores separados, mas um grande conjunto, que é a marca, acima de qualquer outra

more affordable price, which is possible when the company prioritizes some features over others. In the case of classes C and D, the downgrade is inevitable, and it is precisely at these times in history that new brands appear with alternative and more accessible prices.”

Optimizing the mix is a major challenge, it must be thought of based on the purchase journey and not just channel segmentation. “The best experience occurs through the integration of physical and online environments. The digital is a condition to boost sales. No less important is clearly communicating the availability of credit and offering certain conditions that stimulate demand. Promotions are back as a fundamental condition to attract consumers with lower disposable income”, says Fernando.

E-COMMERCE SALES

The channel has an optimistic projection for this Christmas, says Rodrigo Bandeira, vice president of the Brazilian Association of Electronic Commerce (ABComm). “Even in the face of the not-so-favorable scenario, the exchange rate and the dollar, the growth expectation on that date is double-digit, that is 18% compared to the previous year. Billing should reach R\$ 16.684 billion.”

Historically, the last quarter is good for sales. People are more likely to buy. “This will be the Christmas of the families’ reunion, there will be closer, we must not forget that; and this situation will have an impact on the purchase behavior. In addition, the 13th salary always helps, even considering that this year it will have mixed use, part of it will go towards paying debts”, says Rodrigo.

Smartphones, items related to connectivity, televisions and more powerful computer products are traditionally the most sought after in e-commerce, and companies must prepare themselves, says the vice president of ABComm. “The challenge of retail is permanent; it is one of logistics and fast delivery. We need to work towards inclusive maturity, giving consumers confidence to purchase products on the internet. We still have a long way to go.”

BRANDS MUST PRIORITIZE ACTIONS

SenacRJ retail consultant, engineer Luiz Antonio Secco discusses in his new book “A alma, o coração e o cérebro do varejo” (The soul, heart, and brain of retail) the strategies and techniques retailers can adopt to maximize their results, as he tells in this interview.

coisa. Para este Natal, as marcas têm que priorizar suas ações, não dá para fazer tudo ao mesmo tempo num ano tão desafiador.

COMO ELEGER AS PRIORIDADES?

LAS – As prioridades, que variam de importância de acordo com o segmento e o tamanho do varejista, são estas:

- Planejar vendas conservadoramente.
- Não comprar mais do que o open to buy planejado.
- Focar em e-commerce, marketplaces, live commerce.
- Não sair do público-alvo, resistindo à tentação de ampliar sortimento.
- Muita rede social, especialmente Instagram.
- Treinar equipes em atendimento e no orgulho da marca.

COMO ATRAIR O CONSUMIDOR À LOJA E ANGARIAR SUA FIDELIDADE?

LAS – Deve-se atrair o consumidor com consistência no tripé produto/marketing/vendas. As principais estratégias de marketing são priorizar as categorias e os itens de maior giro, e falar neles ininterruptamente nas mídias sociais.

O APELO PARA O CONSUMIDOR DEVE PENDER MAIS PARA O EMOCIONAL?

LAS – Não existe apelo racional mais forte que o emocional. Mas, em época de crise, o preço e as vantagens relativas devem ser enfatizados sempre. Como disse, é preciso priorizar os itens best-sellers, diminuir a variedade do sortimento, aumentar a profundidade, nichar total nas categorias e nos produtos de maior demanda e divulgá-los insistentemente pelas mídias sociais e por meio das equipes de vendas. ■■

SOUL, HEART, AND BRAIN FORM A SET OF STRATEGIES?

LUIZ ANTONIO SECCO – Soul is brand building. Heart is the relationship with the customer. And brain is the management of the company. They are separate factors, but a big set, which is the brand, above anything else. For this Christmas, brands must prioritize their actions, it is not possible to do everything at the same time in such a challenging year.

HOW TO SELECT PRIORITIES?

LAS – The priorities, which vary in importance according to the segment and size of the retailer, are as follows:

- Plan sales conservatively.
- Do not buy more than the planned open to buy.
- Focus on e-commerce, marketplaces, live commerce.
- Don't leave the target audience, resist the temptation to expand the assortment.
- Lots of social networking, especially Instagram.
- Train teams in customer service and brand pride.

HOW TO ATTRACT CONSUMERS TO THE STORE AND GAIN THEIR LOYALTY?

LAS – It must attract the consumer with consistency in the product/marketing/sales tripod. The main marketing strategies are to prioritize the categories and items with the highest turnover and talk about them constantly on social media.

SHOULD CONSUMER APPEAL BE MORE EMOTIONAL?

LAS – There is no stronger rational appeal than the emotional one. But in times of crisis, price and relevant advantages must always be emphasized. As I said, it is necessary to prioritize the best-selling items, reduce the variety of the assortment, increase the depth, total niche in the categories and products that are most in demand, and promote them relentlessly through social media and through the sales teams. ■■



MERCADO RECEBE DE BRAÇOS ABERTOS O RETORNO DA ELETROLAR SHOW

A feira, que é um marco na conexão entre indústria, varejo e novos negócios, já tem data marcada: de 11 a 14 de julho de 2022, no Transamerica Expo Center.

MARKET WELCOMES ELETROLAR SHOW'S RETURN WITH OPEN ARMS

The trade show, which is a landmark in the connection between industry, retail and new businesses, has already been scheduled: July 11th through the 14th, 2022, at the Transamerica Expo Center.



Literalmente de braços abertos. Assim o mercado se manifestou sobre a volta da Eletrolar Show no próximo ano, apresentando as mais recentes tecnologias em eletrodomésticos, eletroeletrônicos, eletroportáteis, telefonia, TI, bem-estar e UD.

“Em 2022, faremos um grande e especial encontro de quatro dias entre a indústria e o varejo do Brasil. Colocamos todo o nosso empenho para promover oportunidades positivas de negócios e contribuir com o segmento. Estamos certos de que será um grande evento”, afirma Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar.

Há uma década e meia, a mais importante feira de negócios do mercado latino-americano fortalece as relações comerciais e as parcerias, e incentiva a abertura de mercados, tanto interna como externamente. “Na feira, a indústria e o varejo irão comemorar o reencontro face to face, o maior impulsionador de negócios, como afirmam alguns dos expositores do evento, que dão seus depoimentos nesta matéria, como você pode acompanhar.

Literally with open arms. This is how the market manifested itself about the return of Eletrolar Show in 2022, when it will bring the latest technologies in household appliances, electronics, small appliances, telephony, IT, well-being, and household utilities. **“In 2022, we will have a large and special four-day meeting between industry and retail in Brazil. We put all our efforts to promote positive business opportunities and contribute to the segment. We are certain that it will be a great event”, says Carlos Clur, president of Grupo Eletrolar.**

For a decade and a half, the most important trade fair in the Latin American market has strengthened trade relations, partnerships and encouraged the opening of markets, both internally and externally. “At the show, industry and retailers will celebrate the face-to-face reunification, the biggest driver of business, as stated by some of the event’s exhibitors, who give their testimonies in this article, and readers can find more about it.

O Grupo Eletrolar patrocinará, com passagem e hospedagem, a viagem de representantes de 30 mil pontos de venda de todo o País.

Grupo Eletrolar will sponsor, with airfare and accommodation, representatives from 30 thousand points of sale in the country.

ALL CONNECTED

ATLAS ELETRDOMÉSTICOS

Clóvis Simões, diretor comercial
commercial director

"Temos uma expectativa superpositiva com a retomada dos eventos presenciais, em especial a Eletrolar Show, que tem toda uma característica que produz e gera uma atmosfera de negócios de padrão internacional. Após esse longo período, há uma necessidade, principalmente das revendas, de se congregar, e a feira cumpre esse papel de aproximação, com um excelente networking.

Certamente, trará novos insights e motivações a todos nós. A indústria não parou de desenvolver produtos e soluções na pandemia, e a feira será o grande palco para a apresentação e a consolidação de muitas novidades. Isso gera um interesse maior. Será um sucesso, o marco de novo padrão negocial e corporativo, com a abertura de novos caminhos. Será a melhor edição da feira."

"We have a very positive expectation for the return of in-person events, specially Eletrolar Show, which has all the characteristics to generate business in an international environment. After this prolonged period, we see a need, primarily for retailers, in getting together, and this event provides this approximation with excellent networking.

It will certainly bring new insights and motivations to all of us. The industry has not stopped developing products and solutions in the pandemic and the show will be the great stage for the presentation and establishment of many new products. This generates greater interest. It will be a success, the mark of a new business and corporate standard, with the opening of new paths. It will be the best edition of the event."

ESPAÇO ESPECIAL / ARENA GAMER

Um mergulho no universo gamer, com conteúdo, experiências e informações ao varejo.

*Special Space / Gamer Arena
A dive into the gamer universe, with content, experiences, and retail information.*



ATLAS SISTEMAS ANTIFURTO

ATLAS ANTITHEFT SYSTEMS

Enori Emmert, diretor comercial
commercial director

"Depois de quase dois anos de um mercado estagnado, que precisou se reinventar, neste recomeço estaremos com força total e preparados para avançar em diversos segmentos. A volta presencial da Eletrolar Show é um excelente momento para retomarmos a negociação cara a cara, com o calor humano que o distanciamento nos tirou."

"After almost two years of a stagnant market, which needed to reinvent itself, in this new beginning we will be in full force and prepared to advance in several segments. Eletrolar's face-to-face return is an excellent moment for us to resume face-to-face negotiations, with the human warmth that the distance took away."

BANCO SEMEAR

Mônia Alves de Souza, diretora comercial
commercial director

"A Eletrolar Show, para o Banco Semear, sempre foi considerada uma excelente oportunidade de exposição da nossa marca e de criação de conexões com o mercado varejista. Como banco do varejo, acreditamos que os relacionamentos serão fortalecidos e que novas parcerias serão formadas."

"For Banco Semear, Eletrolar Show has always been considered an excellent opportunity to show our brand and create connections with the retail market. As a retail bank, we believe that relationships will be strengthened and that new partnerships will be formed."

BRIGGS & STRATTON

Juliano Silva, diretor
director

“O retorno da feira presencial representa um marco na retomada dos negócios, uma vez que o relacionamento com os clientes e a visualização física dos produtos mudam a percepção na hora da compra. A Eletrolar Show é o maior evento B2B de eletroeletrônicos da América Latina.

Estamos entrando em um novo segmento com a marca Branco Casa e Jardim. Com essa nova marca, vamos fornecer equipamentos para o cuidado com o lar, como lavadoras de alta pressão, cortadores elétricos de grama, podadores de cerca-viva e roçadeiras, entre outros itens. A retomada da feira presencial vem em total sinergia com o momento atual da nossa empresa. Será um momento muito especial e aguardado por todos nós.”

“The return of the face-to-face trade show represents a milestone in the reopening of business, as the relationship with customers and the tangible view of the products change the perception at the time of purchase. Eletrolar Show is the biggest B2B electronics event in Latin America.

We are entering a new segment with the Branco Casa (White House) e Jardim (Garden) brand. With this new brand, we will supply home care equipment, such as high-pressure washers, electric lawn mowers, hedge trimmers, brush cutters, among other items. The recommencement of the face-to-face event comes in total synergy with our company's current situation. It will be very special and awaited by all of us.”

BASEUS

Karina Escobar, assistente da presidência
assistant to the presidency

“Após quase dois anos pandêmicos bem difíceis, nos reinventando no atendimento e nos produtos, a volta da Eletrolar Show traz grande alegria e a esperança de que estaremos mais perto dos nossos clientes. O contato social é extremamente necessário. Esperamos que nossas soluções de conectividade consigam resultar numa reaproximação de todos nós.”

“After almost two very difficult pandemic years reinventing our service and products, the return of Eletrolar Show brings great joy and the hope that we will be closer to our customers. Social contact is extremely necessary, and we hope that our connectivity solutions will succeed in bringing us all together.”

CASA CONECTADA VAREJO



ESPAÇO ESPECIAL / CASA CONECTADA

Inovações e lançamentos do setor, com experimentação de produtos.

*Special Space / Connected Home
Segment innovations and releases, with product trialing.*



BEDINSAT

Lucas Bedin, diretor
director

“A Eletrolar Show é uma grande oportunidade de fazer novos contatos e mostrar as novidades que a empresa está preparando para o mercado. O retorno da feira presencial é, sem dúvida, o início de um novo ciclo. Ficar frente a frente com o cliente permite uma interação mais humana, melhora a comunicação e a negociação.

Esperamos, com a próxima edição da feira, um aumento das vendas dos nossos produtos, pois, com o cliente podendo visualizar e conhecer mais sobre eles, será possível comprovar a qualidade e fechar negócio com a segurança de que irá garantir o melhor para seus próprios clientes.”

“Eletrolar Show is a great opportunity to make new contacts and show the innovations our company is preparing for the market. The return of the face-to-face event is, without a doubt, the beginning of a new cycle, being face-to-face with the customer allows for a more human interaction, improves communication and negotiation.

We expect, with the show's next edition, an increase in our products sales, as the customer will be able to view and learn more about them, they will prove their quality and close a deal with the confidence of guaranteeing the best for their customers.”

COLETEK

André Chou, diretor-geral
general director

"Para nós, o retorno presencial da Eletrolar Show em 2022 representa a consolidação da retomada de mercado. Os eventos, como feiras e arenas, são extremamente importantes para ditar novidades e movimentar consumidores e empresas, gerando muita expectativa entre todos. Será uma ótima oportunidade de apresentar ao mercado as nossas novidades."

ELSYS

Claudio Blatt, presidente do conselho-chairman
Elsys chairman

"O retorno presencial da Eletrolar Show traz sentimentos muito positivos, pois é o momento de nos reconectarmos a este novo mundo pós-isolamento social, mais tecnológico e integrado. Esse período foi difícil para a humanidade, mas nos trouxe aprendizados e avanços, e a Eletrolar Show será o momento tão esperado para troca de experiências, de ideias, e para a valorização de estarmos todos juntos novamente."

Acreditamos que 2022 será o início da recuperação da economia e da normalidade completa das atividades. A expectativa é que os negócios, em todos os setores, devam alavancar e movimentar bastante o mercado, principalmente o de tecnologia. Na feira, vamos levar muitas novidades em soluções para conectar pessoas e transformar vidas. Ficamos felizes de poder participar mais uma vez desse evento incrível, que apresenta sempre tendências transformadoras."

"The face-to-face return of Eletrolar Show brings very positive feelings, as it is the time to reconnect to this new, more technological and integrated post-social isolation world. This period was difficult for humanity, but it brought us lessons and advances, and Eletrolar will be the long-awaited moment of exchanging experiences, ideas, and appreciation that we are all together again."

We believe that 2022 will be the beginning of the economic recovery and the complete stabilization of activities. The expectation is that businesses, in all sectors, should leverage and move the market a lot, especially in technology. At the trade show, we are going to bring many new solutions to connect people and transform lives. We were happy to be able to participate once again in this incredible event, which always introduces innovated trends."

"For us, the return of Eletrolar Show's in person in 2022 represents the consolidation of the market recovery. Events, such as trade shows and arenas, are extremely important to showcase innovations and move consumers and companies by generating a lot of expectations among all. It will be a great opportunity to present our releases to the market."

EKSTECH

Marco Rezende, gerente comercial
commercial manager

"O retorno da Eletrolar Show representa um novo início para a marca. A Ekaza foi lançada em 2020, iríamos começar com tudo na feira, mas, infelizmente, a pandemia mudou os planos. Mesmo assim, a empresa quintuplicou em tamanho no período. Presentes na feira, acreditamos que iremos incrementar ainda mais os nossos negócios e, quem sabe, expandi-los para outros países."

Em 2022, teremos um novo perfil de consumidor, mais ansioso, que requer logística veloz, de qualidade, e maneiras diferentes de vender. Vamos aumentar a parceria com distribuidores locais e magazines. Como a empresa é focada em produtos para a casa inteligente, iremos investir cada vez mais em soluções que atendam às necessidades dos novos consumidores."

"The return of Eletrolar Show represents a new beginning for the brand. Ekaza was launched in 2020, we were going to start with everything at the trade show, but unfortunately the pandemic changed the plans. Nevertheless, the company quintupled in size in the period. We will be present at the event and believe that it will further increase our business and, who knows, expand to other countries."

In 2022, we will have a new consumer profile, more anxious that requires fast and quality logistics and different ways of selling. We are going to increase the partnership with local distributors and magazines. Since the company is focused on products for the smart home, we will increasingly invest in solutions that meet the needs of new consumers."

EVOLUT

André Nakasugui, gerente comercial
commercial manager

"Estamos muito ansiosos para a volta dos eventos presenciais, principalmente da Eletrolar Show. Esse retorno representa para nós o reaquecimento de uma interação próxima com os clientes, que é algo de extrema importância. Somos uma marca em expansão. Esperamos que a Eletrolar Show seja uma porta de comunicação e vitrine para milhares de negócios em todo o nosso país."

"We are very much looking forward to the return of face-to-face events and, especially Eletrolar Show. This return represents, for us the re-heating of a close interaction with customers, which is something of extreme importance. We are an expanding brand. We hope that Eletrolar Show will be a communication door and showcase for thousands of businesses across our country."

FOX RH

Maressa Bernardo, coordenadora estratégica de marketing
strategic Marketing Coordinator

"A volta da Eletrolar Show representa a esperança de um novo momento para as empresas do Brasil. Voltamos mais maduros, estratégicos e com muito mais garra para recuperar os prejuízos que a pandemia deixou. Estar na Eletrolar Show pela primeira vez e, principalmente, sendo a única empresa no segmento é um grande desafio, mas uma chance enorme de ajudar e apoiar o crescimento das empresas com o que temos de melhor: soluções completas em RH."

"The return of Eletrolar Show represents the hope of a new moment for companies in Brazil. We came back more mature, strategic and with much more determination to recover the damage that the pandemic left us. Being at Eletrolar for the first time and, mainly, being the only company in the segment, is a great challenge, but a huge chance to help and support the growth of companies with what we have best: complete solutions in HR."

FUJIOKA

Dvair Borges Lacerda, diretor comercial
commercial director

"A volta da Eletrolar Show representa a oportunidade de fazer negócios. Por mais que tenhamos nos adequado a realizar negócios online e trabalhar em home office, sabemos que o contato pessoal é insubstituível para o relacionamento, para as tratativas e a busca de oportunidades. O olho no olho faz toda a diferença no contexto comercial."

Novos produtos vieram, novos jeitos de se relacionar e novos canais de vendas precisam ser desenvolvidos. É um reinício porque acreditamos que, com o avanço da vacinação, teremos mais clientes voltando a visitar as lojas. Mais clientes que experimentaram a compra online e que vão interagir buscando a experiência figital. É um novo ciclo, que fortalece o que vem sendo construído ao longo da pandemia. Cada vez mais, buscamos proporcionar uma ótima experiência ao consumidor entre os ambientes digital e físico."

"The return of Eletrolar Show represents an opportunity to do business. As much as we can have online business and work from home, we know that personal contact is irreplaceable for relationships, negotiations, and the pursuit of opportunities. Eye-to-eye makes all the difference in a commercial context."

New products came, new ways of relating and new sales channels that needed to be developed. It is a restart because we believe that with the advance of vaccination, we will have more customers returning to visit the stores. More customers who have tried online shopping and who are going to interact looking for the figital experience. It is a new cycle that strengthens what has been built throughout the pandemic. We increasingly seek to provide a great consumer experience between digital and physical environments."

ESPAÇO ESPECIAL / ARENA MOBILIDADE URBANA

Conceitos e produtos que atendem às necessidades do usuário sem agredir o meio ambiente.

*Special Space / Urban Mobility Arena
Products and concepts that serve the user's need without harming the environment.*



GRUPO DEVIA BRASIL

Fábio Henrique Dulizia, presidente
president

"A Eletrolar Show representa o retorno a esse novo normal. A retomada de novas ideias e novos negócios após os tempos instáveis. Voltamos com o desígnio de crescer e apresentar ao mercado novidades, bem como grandes evoluções da tecnologia. Nossa expectativa para 2022 é positiva. Esperamos um ano grandioso para os negócios."

"Eletrolar Show represents a return to this new normal. The recommencement of new ideas and new businesses after unstable times. We returned with the intention of growing and presenting the market with new innovations, as well as major technological developments. Our expectation for 2022 is positive. We look forward to a great year for business."

GORILA SHIELD

João Paulo Resende, sócio-diretor
managing partner

"A volta presencial da Eletrolar Show representa ter ligação direta com o lojista. Olho no olho. Coisa que perdemos com a pandemia. Vamos poder saber quais são as principais dúvidas e questionamentos dos clientes, descobrir quais produtos gostariam de ver e os que mais agradam. E, também, mostrar nossos lançamentos e a marca."

Nossas expectativas giram em torno de um encontro presencial com os lojistas, uma vez que tivemos quase dois anos de pandemia. Cremos que existe um grande desejo de estar junto, de ter contato físico com empresas que produzem e vendem essa paixão em comum, que é o eletrônico."

"Eletrolar Show's face-to-face return represents a direct connection with the retailers. Eye-to-eye. Something we lost with the pandemic. We will be able to find out what are the customers main doubts and demands, discovering which products they would like to see and which ones they like the most. And, also, show our brand and launches."

Our expectations revolve around in-person meetings with retailers since we had almost two years of pandemic. We believe that there is a great desire to be together, to have physical contact with companies that produce and sell this common passion that is electronics."

GEONAV

Rafael Assa, diretor comercial
commercial director

"A volta presencial da Eletrolar Show em 2022 é uma oportunidade importante de reencontrarmos nossos clientes e desenvolvermos novas parcerias e projetos com total segurança. A expectativa é alta, assim como o nosso otimismo."

"The face-to-face return of Eletrolar Show in 2022 is an important opportunity for us to meet our customers and develop new partnerships and projects in complete safety. Expectations are high, as well as our optimism."

GUELCO

Vinicius Marques, diretor de informações
information director

"A volta da Eletrolar Show presencial vai potencializar os negócios do varejo e a tendência de digitalização. O evento também vai marcar nosso planejamento de triplicar o time da empresa para atender às novas demandas previstas."

"The return of the in-person Eletrolar Show will optimize retail business along with the digitalization trends. This event will mark our plan to triple our company's team to serve the new forecasted demands."

RODADAS DE NEGÓCIOS

AGENDAMENTO PRÉVIO DE REUNIÕES ENTRE EXPOSITORES E VAREJISTAS REGIONAIS

Rodadas de negócios com sistema de pré-agendamento nos quatro dias da feira.

Pre-scheduling for meetings between industry and regional retailers. Business roundtables with a pre-scheduling system during the event's four days.

ELETRCOMPRAS.COM

Plataforma B2B exclusiva para expositores.
Um canal de vendas para o médio e pequeno varejo de todo o Brasil.

eletrcompras.com

Exclusive B2B Platform for exhibitors. A sales channel for the Brazilian small and medium retail.



HPRIME

Felipe Almeida, diretor comercial
commercial director

“Para nós, o evento presencial é uma vitória, trazendo de volta o calor humano, que tanto nos fez falta. Acreditamos, sim, no início de um novo ciclo, uma vez que o contato presencial gera valor, fortalece a cultura e reforça laços. Nossa expectativa é reiniciar um ciclo virtuoso de crescimento.”

“The face-to-face event represents a victory for us, bringing back the human warmth that we so much lacked. We believe in the beginning of a new cycle, since face-to-face contact creates value, strengthens the culture, and intensifies connections. Our expectation is to restart a virtuous cycle of growth.”

MONDIAL ELETRODOMÉSTICOS

Eduardo Muniz, diretor de marketing
marketing director

“A expectativa é muito positiva. Uma grande parte de nossos clientes visita o estande, e aproveitamos a oportunidade para apresentar a eles todos os lançamentos em um ambiente estruturado e personalizado. A feira ainda proporciona o estreitamento do relacionamento com os compradores de diversas regiões do Brasil.”

“The expectation is very positive. A large number of our customers visit the booth and we take the opportunity to present them with all the launches in a structured and personalized environment. The show also provides a closer relationship with buyers from different regions of Brazil.”

iZGO

Marcelo Castro, CEO

“Após quase dois anos de pandemia, estamos muito felizes com o retorno presencial da Eletrolar Show, que, além de ser a maior feira B2B de eletroeletrônicos, sempre foi palco para que a iZGO apresentasse as principais novidades, lançamentos e todas as suas soluções para o pequeno e grande varejo. Podemos chamar de um novo ciclo, um reinício.

Esse recomeço nos traz bastante expectativas porque juntaremos todos os pontos positivos das vendas online com os das lojas físicas. Mais flexíveis, os pontos de venda, agora, poderão também agradar ao público mais conservador, que gosta de ir até a loja para testar e sentir a qualidade do produto pessoalmente.”

“After almost two years of pandemic, we are very happy with the return of Eletrolar Show in-person event, which in addition to being the largest B2B trade show for electronics, has always been the stage for iZGO to present the main innovations, launches and all its solutions for the small and large retail. We can call it a new cycle, a restart.

This restart brings us a lot of expectations because we will combine all the positive points of online sales with those of physical stores. More flexible, the points of sale will now also be able to please the more conservative public that likes to go to the store to test and feel the quality of the product in person.”

NACIONAL SMART

Monique Frauendorf de Ulhôa Canto, cofundadora e CEO
co-founder and CEO

"A volta da Eletrolar Show em 2022 representa uma visão de crescimento e novas oportunidades para os negócios. A falta de contatos presenciais fez com que todos aprendessem formas para manter o aquecimento do setor e um desenvolvimento nunca vistos. Nossa marca está há dois anos e meio no Brasil, e muitas novidades chegarão no próximo ano, estamos trabalhando para trazê-las aos nossos clientes."

"The return of Eletrolar Show in 2022 represents a vision for growth and new opportunities for the business. The lack of face-to-face contacts made everyone learn ways to keep the sector heating up and developing an unprecedented development, especially the brand, which has been in Brazil for two and a half years. Many new features will arrive in the next one, we are working to bring them to our customers."

Mais de 2 mil lançamentos serão feitos na 15ª Eletrolar Show. A feira apresentará 700 marcas e 10 mil produtos.

*Over 2 thousand releases will be showcased at the 15th Eletrolar Show.
The event will have 700 brands and 10 thousand products.*

NEWELL BRANDS

Alexandre Pires da Luz, presidente
president

"Os anos de 2020 e 2021 foram de muitas incertezas e desafios. Ainda que tenha sido um período difícil, nós, da Newell Brands, com as marcas Cadence e Oster, nos adaptamos o mais rápido possível ao que foi necessário, focando primeiramente nos cuidados relativos à pandemia nas nossas unidades. Mas também aproveitamos as oportunidades que surgiram com as mudanças nos hábitos de trabalho e de consumo, especialmente nas conexões via digital e nas demandas de categorias que aceleraram.

Sabemos que a volta dos eventos presenciais é um desejo que extrapola o mundo corporativo, uma vez que a grande maioria dos brasileiros sente falta da proximidade humana, do olho no olho e do aperto de mão. Dessa forma, acreditamos que a Eletrolar Show 2022 será um marco desse reencontro, levando a melhor experiência aos nossos clientes e, com isso, maiores oportunidades de negócio e networking."

"The years 2020 and 2021 were full of uncertainties and challenges. Although, it was a difficult period, we at Newell Brands, with the Cadence and Oster brands, adapted as quickly as possible to what was needed, focusing primarily on pandemic care in our units, but we also took advantage of the opportunities that emerged with the changes in work and consumption habits, especially in digital connections and in the demands of those categories that accelerated.

We know that the return of in-person events is a desire that goes beyond the corporate world, since the vast majority of Brazilians miss human proximity, eye contact and handshake. In this way, we believe that Eletrolar Show 2022 will be a milestone in this reunion, bringing a better experience to our customers and with greater business and networking opportunities."

NEWEX

Marcelo Sztajn, CEO

"A Eletrolar 2022 vai ser muito importante para o grupo Newex. Estamos a todo vapor, com muitas novidades e otimismo para recuperar esse tempo de pausa do contato presencial. Queremos mostrar que não paramos de desenvolver novidades para nossas marcas, fizemos upgrade de vários itens ativos nas linhas e continuamos estudando as novas demandas do mercado e dos nossos consumidores.

Não queremos perder a oportunidade de estarmos presentes no dia a dia das pessoas com nossos produtos. Infelizmente, tivemos poucas chances de apresentar nosso showroom com novidades durante a pandemia. No entanto conquistamos muitos potenciais clientes no Brasil todo e agora teremos o prazer de estar mais próximos deles."

"Eletrolar 2022 will be very important for the Newex group. We are in full swing, with many new features and optimism to recover this break time from face-to-face contact. We want to show that we have not stopped developing new products for our brands, we have upgraded several active items in the lines and we continue to study the new demands of the market and our consumers.

We do not want to miss the opportunity to be present in people's daily lives with our products. Unfortunately, we had few chances to present our showroom with our releases during the pandemic. However, we conquered many potential customers throughout Brazil, and now we will be pleased to be closer to them."

QCY

Dapeng XU, representante no Brasil
sales representative in Brasil

"Graças aos nossos clientes e à nossa reinvenção nesse período, conseguimos alcançar mais pessoas e oferecer um pouco de conforto em tempos tão difíceis. Ter a oportunidade de, pela primeira vez, participar da feira presencialmente será muito satisfatório porque estaremos cara a cara com nossos clientes e poderemos mostrar um pouco mais dos nossos produtos."

"Thanks to our customers and our reinvention during this period, we were able to reach more people and offer a little comfort in such difficult times. Having this opportunity, for the first time, to participate in the in-person event will be very satisfying, because we will be face-to-face with our customers, and we will be able to show a little more of our products."

“Em 2022, faremos um grande e especial encontro de quatro dias entre a indústria e o varejo do Brasil. Colocamos todo o nosso empenho para promover oportunidades positivas de negócios e contribuir com o segmento. Estamos certos de que será um grande evento.”

"In 2022, we will have a large and special four-day meeting between industry and retail in Brazil. We put all our efforts to promote positive business opportunities and contribute to the segment. We are certain that it will be a great event"



CARLOS CLUR

SYMPHONY CLIMATIZADORES

Madhu Mohan Suggala, diretor
director

"A Eletrolar Show 2022 será uma excelente oportunidade para nos apresentarmos ao varejo brasileiro. O retorno do evento presencial coincide com o início de nossas operações no Brasil. Atuamos desde 1939 no mercado de climatização e estamos presentes em mais de 65 países, nos principais varejistas internacionais.

Participar da Eletrolar Show nos possibilitará apresentar alguns de nossos melhores produtos de consumo, que são sucesso de vendas em outros países. Temos grandes expectativas de poder consolidar ótimas parcerias e muitos e bons negócios agora também no Brasil."

"Eletrolar Show 2022 will be an excellent opportunity to introduce ourselves to Brazilian retailers. The return of the in-person event coincides with the start of our operations in Brazil. We have been operating since 1939 in the air conditioning market and are present in over 65 countries, with operations in the main international retailers."

Participating in the Eletrolar Show will enable us to present some of our best consumer products, which are sales successes in other countries. We have great expectations of being able to consolidate great partnerships and good deals also in Brazil."

TENDA

Cao Yuanda, CEO

"A retomada presencial dos eventos significa também a retomada dos negócios. A pandemia e seus desdobramentos exigiram de todos nós novas habilidades, novas ideias e outro estado de espírito para enfrentar com ânimo e vencer as adversidades. Um novo ciclo iniciou-se com a pandemia. Para o evento presencial da Eletrolar Show, em 2022, nossa expectativa é que o público compareça para descobrir as novidades do setor e que a Tenda possa surpreender os visitantes com suas soluções para smart home e internet."

"The face-to-face recommencement of events also means the continuation of business. The pandemic and its aftermath required all of us to have new skills, new ideas, and a different state of mind to face up to and overcome adversity. A new cycle has started with the pandemic. Our expectations for the Eletrolar Show in 2022, is that the public will attend to discover the latest in the sector, and that Tenda will be able to surprise visitors with its smart home and internet solutions."

THERMOMATIC

Patrícia Apolinário Nahas, gerente-geral
general manager

"Considero que a volta da Eletrolar Show é esperada há algum tempo para a retomada dos negócios. Ela representa o movimento de parcerias importantes, que darão novos rumos à economia e à empresa. Temos a esperança de que a volta dos negócios tenha toda a força e a energia de que a economia precisa.

Queremos demonstrar aos nossos parceiros que podemos agregar. Já participamos anteriormente da Eletrolar Show e, através dela, conseguimos boas parcerias. Temos a expectativa de estreitar laços com parceiros importantes, que, ao optarem por oferecer nossos produtos, ajudam na disseminação da verdade sobre o controle de umidade no ambiente."

"I consider that the return of Eletrolar Show is a reality that we have been waiting for some time to return to business. It represents the movement of important partnerships that will give new directions to the economy and the company. We are hopeful that the return to business will have all the strength and energy the economy needs."

We want to demonstrate to our partners that we can add value. We have previously participated in the Eletrolar Show and through it, we have achieved good partnerships. We look forward to strengthening ties with important partners who, by choosing to offer our products, help to spread the truth about of controlling humidity in the ambience."

XTRAD

Jane Qin, diretora de marketing
marketing director

"Mesmo ainda com o cenário retornando de forma gradual, acreditamos que o meio digital e a Eletrolar Show do próximo ano serão fortes ferramentas para alavancar as vendas e ultrapassar as metas traçadas para 2022. Em comparação com o ano anterior, tivemos uma queda nas vendas em decorrência da pandemia que está ocorrendo desde 2019. Com isso, tivemos baixo desempenho nas importações dos produtos."

"Even with the scenario gradually returning, we believe that the digital medium and the Eletrolar Show next year will be strong tools we have to leverage sales and exceed the targets set for 2022. Making a parallel with the previous year, there was a drop in sales due to the pandemic that has been taking place in the world since 2019, which resulted in a poor performance in imports of products." ■■

**Mais informações sobre a feira estão no site
www.eletrolarshow.com.br**







*Find out more at
www.eletrolarshow.com.br*

iPack

embalagem
inteligente



As soluções em EPS da Termotécnica agregam conceitos de rastreabilidade, ecodesign, ecoeficiência, universalização e otimização de materiais.






-  Alta tecnologia e produtividade
-  Redução de custos
-  Melhor performance logística
-  Otimização de espaço para transporte
-  Moldes adaptáveis para diversos tamanhos
-  Aplicações diversas

 O EPS é um material 100% reciclável



Saiba mais no
Relatório de
Sustentabilidade
Termotécnica

Uma marca


 termotecnica.ind.br
 (47) 99994-1113
   Termotécnica



NATAL
CHRISTMAS

por / by Leda Cavalcanti

CHURRASCO

BARBECUE,
A NATIONAL
PASSION WITHIN
EVERYONE'S REACH

UMA PAIXÃO NACIONAL
AO ALCANCE DE TODOS

Elétricas, a gás ou a carvão, as churrasqueiras estão incorporadas ao dia a dia dos brasileiros. Portáteis e práticas, também levaram o churrasco para dentro de casa, ampliando as vendas do varejo.

Electric or charcoal, the barbecue grills are incorporated into the daily lives of Brazilians. Portable and practical, they also took the barbecue into the home, expanding retail sales.

O churrasco é sempre um momento especial. Celebra amizades, reúne famílias e mata a saudade após o isolamento social. O melhor de tudo é que deixou de ser privilégio apenas de quem tem muito espaço ao ar livre. Hoje, acontece em ambientes internos e até em apartamentos. Não há mais áreas exclusivas para comemorar a alegria de viver.

Para isso, em muito contribuíram os espaços e as varandas dos projetos de arquitetura. “Eles têm traduzido, cada vez mais, um jeito de ser e viver dos consumidores. A pandemia nos trouxe um olhar mais para dentro de casa, passamos a valorizar ainda mais os momentos em família”, diz **Karin P. Fischer, diretora comercial e de marketing da Fischer.**

The barbecue is always a special moment. It celebrates friendships, brings families together and kills the longing after social isolation. Best of all, it is no longer the privilege of just those who had a lot of outdoor space. Today, it happens indoors and even in apartments. There are no more exclusive areas to celebrate the joy of living.

For this, the spaces and balconies of the architectural projects contributed greatly. “They have increasingly translated a way of living for consumers. The pandemic brought us a closer look to the home, we started to value family moments even more”, says **Karin P. Fischer, Fischer’s commercial and marketing director.**

Churrasqueiras elétricas e a gás compõem um segmento que registra boas vendas em todo o País.

Electric and gas barbecue grills make up a segment that registers good sales throughout the country.





O mercado está consolidado, afirma **André Kliemann, gerente de produtos da Midea**. "Teve crescimento de junho para julho deste ano, considerando que, nos últimos tempos, as pessoas passaram a cozinhar mais em casa. Com isso, aumentou a procura por produtos que facilitam o dia a dia e trazem mais possibilidades na cozinha."

FORTE EXPANSÃO

As vendas do produto ocorrem ao longo do ano, principalmente em épocas especiais. "Por ser muito apreciado pelo público masculino, a maior data de comercialização é o Dia dos Pais, mas, no final do ano, que é um período de confraternização, é muito procurado, até mesmo como opção de presente no Natal", conta **Eliane L. Stocker, diretora da Arke**.

O mercado de churrasqueiras elétricas está em alta, atesta **Jacques Krause, diretor técnico e de comércio exterior da Mondial Eletrodomésticos**. "O crescimento foi impulsionado, também, pelo maior tempo que as pessoas passaram em casa. Elas aprenderam a usar o produto. De outubro a janeiro, há um acréscimo de vendas."

Há outro motivo para a expansão, diz **Cristiano Mesquita, diretor-presidente da Progás**. "Cada vez mais as pessoas querem ter conforto em seus lares, tanto as que vivem em apartamento como as que têm espaço externo para confraternizar com a família e os amigos.

The market is consolidated, says **André Kliemann, product manager at Midea**. "It had growth from June to July this year, considering that in recent times, people started to cook more at home. As a result, the demand for products that make daily life easier and bring more possibilities to the kitchen increased."

STRONG EXPANSION

Product sales take place throughout the year, especially at special times. "Since it is much appreciated by the male public, the biggest sales date is Father's Day, but at the end of the year, which is a period of socializing, it is very popular even as a gift option for Christmas", says **Eliane L. Stocker, director of Arke**.

The market for electric grills is booming, attests **Jacques Krause, technical and foreign trade director at Mondial Eletrodomésticos**. "Growth was also driven by the longer time people spent at home. They learned how to use the product. From October to January, there is an increase in sales."

There is another reason for the expansion, says **Cristiano Mesquita, Progás CEO**. "Increasingly, people want to have comfort in their homes, both those who live in apartments and those who have outdoor space to socialize with family and friends. During summer, the trend is for increased sales, as there are products that are great for use in outdoor areas."

The fact that barbecue is one of the national passions leads consumers to look for novelties in the category. "This contributes to sales growth each year. The market has shown a trend towards more different products,

NATAL - CHRISTMAS

No verão, a tendência é de aumento das vendas, visto que há produtos que são ótimos para serem utilizados nas áreas externas.”

O fato de o churrasco ser uma das paixões nacionais leva o consumidor a buscar novidades na categoria. “Isso contribui para o crescimento das vendas a cada ano. O mercado tem demonstrado uma tendência por produtos mais diferentes, que podem ser utilizados com carvão”, explica **Bruno Miranda, líder de desenvolvimento de produtos eletroportáteis da Multilaser.**

ÉPOCA DE ALTAS VENDAS

Com a proximidade do final de ano, é certo que as vendas darão um salto, diz **Pedro Cheliga, gerente de desenvolvimento de produtos da Britânia e da Philco.** “Em virtude do verão e das férias, o volume de procura por churrasqueiras elétricas aumenta nesse período. O consumidor busca produtos práticos e com muita facilidade para serem utilizados com frequência.”

Elétricas, a gás ou a carvão, as churrasqueiras estão incorporadas ao cotidiano das famílias e compõem um segmento promissor em todo o País, mas as empresas devem estar atentas para atender às necessidades de consumo. “Nosso desafio é abrir mercado para um produto mais premium, que atenda o consumidor mais exigente”, afirma **Mariana Stangherlin Rigo, diretora administrativa e de marketing da Anodilar.**

Para consumo próprio ou para presente, as churrasqueiras prometem grande performance nos próximos meses. “As vendas ficam aquecidas com a proximidade das festas e do verão. Muitos buscam os produtos como alternativa portátil e de ótimo custo-benefício”, diz **Bruno L. Pereira, gerente-geral de produto da Cadence.** A seguir, estão as boas churrasqueiras para o varejo.

which can be used with charcoal”, explains **Bruno Miranda, leader in the development of electro-portable products at Multilaser.**

HIGH SALES SEASON

With the end of the year approaching, it is certain that sales will jump, says **Pedro Cheliga, product development manager for Britânia and Philco.** “Due to summer and the holidays, the demand volume for electric barbecues increases during this period. Consumers are looking for products used often that are practical and easy to use.”

Electric or charcoal, the barbecue grills are incorporated into the daily lives of families and make up a promising segment throughout the country, but companies must be attentive to meet consumption needs. “Our challenge is to open the market for a more premium product, which meets the most demanding consumer”, says **Mariana Stangherlin Rigo, administrative and marketing director at Anodilar.**

For personal consumption or as a gift, the barbecue grills promise great performance in the coming months. “Sales are heated with the proximity of the holidays and summer. Many will look for the products that are portable and cost-effective”, says **Bruno L. Pereira, general manager of product at Cadence.** Following are the good grills for retail.



Foto: Shutterstock

ANODILAR

Tem duas churrasqueiras de inox, a gás e rotativas, uma com 5 espetos e outra com 3, e acabamento externo em inox. Os espetos possuem posições alternadas para assar diferentes tipos de carnes sem misturar sabores, ou um frango inteiro. O motor do espeto rotativo é robusto, silencioso e bivolt. Os queimadores são independentes. Assim, é possível ligar só um e regular a intensidade da chama.

Mais um produto disponibilizado pela empresa é a **churrasqueira Picnic**, movida a carvão. Portátil, o equipamento tem grelha que possibilita escolher duas alturas em relação ao fogo. Conta com lateral de inox e caixa de carvão removível.

It has two stainless-steel grills, gas operated, and rotary, one with 5 skewers and the other with 3, and external stainless-steel finish. The skewers have alternate positions to roast different types of meat without mixing flavors, or a whole chicken. The rotisserie motor is robust, silent, and dual voltage. Burners are independent. Thus, it is possible to connect only one and regulate the flame intensity.

Another product made available by the company is the **Picnic grill**, powered by charcoal. Portable, the equipment has a grill that allows you to choose two heights from fire. It has a stainless-steel side and removable charcoal box.

Churrasqueira 5 espetos
Barbecue grill 5 skewers

Preço sugerido em 04/10/2021: R\$ 1.439,00.
Suggested price as of October 4, 2021: R\$ 1.439,00.



Fotos: Divulgação

Churrasqueira Picnic
Picnic grill

Preço sugerido em 13/10/2021: R\$ 349,00.
Suggested price as of October 13, 2021: R\$ 349,00



Mariana Stangherlin Rigo,
diretora administrativa e de
marketing da Anodilar
administrative and marketing
director at Anodilar

ARKE

De sua linha, destaca a **churrasqueira a gás Vitta Premium** e a **churrasqueira elétrica Vitta Smart**, ambas nas versões de 3 ou 5 espetos rotativos e com porta de vidro curvo temperado, o que possibilita assar um frango inteiro. Com design moderno, econômicas e práticas, assam com rapidez qualquer tipo de carne sem produzir fumaça. Por isso, podem ser usadas dentro de casa ou do apartamento.

A versão a gás assa através de queimadores infravermelhos e pode ser instalada tanto em um botijão de gás como no gás encanado. A versão elétrica, por sua vez, tem como característica a praticidade plug-play, ou seja, é ligada unicamente na tomada. Versáteis, os produtos preparam legumes, pães e queijos. Com o acessório espeto grelha, são assados banana, maçã e abacaxi.

Its line includes the **Vitta Premium gas barbecue** and the **Vitta Smart electric barbecue**, both in versions with 3 or 5 rotating skewers and with a curved tempered glass door, which makes it possible to roast a whole chicken. With a modern design, economical and practical, they quickly roast any type of meat without releasing smoke. Therefore, they can be used indoors or in the apartment.

The gas version roasts via infrared burners and can be installed either in a gas cylinder or in piped gas. The electric version, in turn, features plug-play convenience, that is, it is connected solely to the socket. Versatile, the products prepare vegetables, breads, and cheeses. With the grill skewer accessory, banana, apple, and pineapple can be roasted.



Churrasqueira a gás Vitta Premium, 5 espetos
Vitta Premium gas barbecue, 5 skewers



Churrasqueira Vitta Smart, 3 espetos
Vitta Smart electric barbecue, 3 skewers

Fotos: Divulgação



Eliane L. Stocker,
diretora da Arke
director of Arke

BRITÂNIA E PHILCO

Os **dois principais modelos da Britânia são a churrasqueira elétrica Gold BCQO1D e a churrasqueira elétrica Britânia Gourmet CGB2**, para uso tanto em casas como em apartamentos. A primeira tem o antiaderente Supreme Gold, com quatro camadas, o que impede que os alimentos grudem. Os produtos são práticos e fáceis de limpar e de transportar.

Com a marca Philco, tem as churrasqueiras da linha Maxx Gold, modelos PCQ1500D e PCQ2500D.

O diferencial desses produtos é o antiaderente Maxx Gold, com quatro camadas, o que é essencial para o alimento não grudar. Também são muito fáceis de limpar e fazem pouca fumaça, o que permite utilizá-los em apartamentos. O modelo PCQ2500D tem lâmpadas infravermelhas, que, voltadas para o alimento, proporcionam cozimento mais rápido.

The **two main models from Britânia are the Gold BCQO1D electric barbecue and the Britânia Gourmet CGB2 electric barbecue**, for use in both homes and apartments. The first one has Supreme Gold non-stick, with four layers, which prevents food from sticking. The products are practical and easy to clean and transport.

The Philco brand has barbecue grills of the Maxx Gold line, models PCQ1500D and PCQ2500D.

The differential in these products is the non-stick Maxx Gold, with four layers, which is essential, so the food don't stick. They are also very easy to clean and do not generate smoke, which allows them to be used in apartments. The PCQ2500D model has infrared lamps that face the food to cook faster.



Churrasqueira elétrica Britânia Gold BCQO1D
Britânia Gold BCQO1D electric barbecue



Churrasqueira elétrica Britânia Gourmet CGB2
Britânia Gourmet CGB2 electric barbecue



Churrasqueira Philco da linha
Maxx Gold, modelo PCQ1500D
*Philco Maxx Gold barbecue line,
PCQ1500D model*



Churrasqueira Philco da linha
Maxx Gold, modelo e PCQ2500D
*Philco Maxx Gold barbecue line,
PCQ2500D model*



Pedro Cheliga,
gerente de desenvolvimento
de produtos da Britânia
e da Philco
*product development manager
for Britânia and Philco*

CADENCE

Possui duas churrasqueiras elétricas: **Cadence Short Grill e Cadence Grill Menu**. A primeira, indicada para quem tem pouco espaço, tem design compacto, é leve e portátil. Entre suas principais características, está o termostato contínuo, que permite que os níveis mínimo e máximo de temperatura sejam controlados girando o botão (temperatura mínima de 50°C a 100°C e máxima de 210°C a 250°C).

Também portátil, a Grill Menu assa e grelha. Tem termostato contínuo, que permite os mesmos níveis mínimo e máximo do produto anterior. Conta com alças laterais para transportar, bandeja coletora de gordura, indicador do nível de água e ajuste de altura para controlar melhor os alimentos.

It has two electric barbecue grills: **Cadence Short Grill and Cadence Grill Menu**. The first, suitable for those with small spaces, has a compact design and is light and portable. Among its main features is the continuous thermostat, which allows the minimum and maximum temperature levels to be controlled by turning the knob (minimum temperature from 50°C to 100°C and maximum from 210°C to 250°C).

Also portable, the Cadence Grill Menu bakes and grills. It has a continuous thermostat, which allows the same minimum and maximum levels as the previous product. It has side carrying handles, a fat collecting tray, water level indicator and height adjustment to better control food.

Fotos: Divulgação



Churrasqueira elétrica Cadence Short Grill
Cadence Short Grill electric barbecue
Preço sugerido em 04/10/2010: R\$ 149,00.
Suggested price as of October 4, 2021: R\$ 149,00.



Churrasqueira elétrica Cadence Grill Menu
Cadence Grill Menu electric barbecue
Preço sugerido em 04/10/2021: R\$ 179,90.
Suggested price as of October 4, 2021: R\$ 179,90.



Bruno L. Pereira,
gerente-geral de
produto da Cadence
*general manager of product
at Cadence*

FISCHER

Disponibiliza uma linha completa de churrasqueiras, desde as de embutir, a gás, até as elétricas, portáteis. Recentemente, lançou a **churrasqueira elétrica Fischer Steak Grill**, que assa carnes, hambúrgueres, peixes, aves, queijo e legumes. É compacta e fácil de transportar. Sua cuba em aço de revestimento metálico é resistente à corrosão. Possui grelha cromada e resistência blindada, ambas removíveis, o que facilita a limpeza após o uso.

Mais um produto é a **churrasqueira a gás Fischer Ranch 5 espetos**, que pode ser instalada em bancada ou embutida e não emite fumaça. De alta performance, tem queimadores infravermelhos, acendimento automático, bandeja esmaltada EasyClean, lâmpada interna e espetos rotativos. O controle individual dos queimadores é um dos diferenciais do produto.

It offers a complete line of barbecues, from built-in, gas, electric, and portable. It recently launched the **Fischer Steak Grill electric barbecue**, which roasts meats, hamburgers, fish, poultry, cheese, and vegetables. It is compact and easy to transport. Its metal-coated steel tub is corrosion resistant. It has a chrome grille and armored resistance, both removable, which facilitates cleaning after use.

Another product is the **Fischer Ranch 5 skewer gas grill**, which can be installed on a bench or built-in and does not emit smoke. High performance, with infrared burners, automatic lighting, EasyClean enameled tray, internal lamp, and rotating skewers. The individual control of the burners is one of the product's differentials.



Churrasqueira elétrica Fischer Steak Grill
Fischer Steak Grill electric barbecue

Preço sugerido em 07/10/2021: R\$ 239,00.

Suggested price as of October 7, 2021: R\$ 239,00.



Churrasqueira a gás Fischer Ranch 5 espetos
Fischer Ranch gas grill 5 skewers

Preço sugerido em 07/10/2021: R\$ 3.399,00.

Suggested price as of October 7, 2021: R\$ 3.399,00.



Karin P. Fischer,
diretora comercial e de
marketing da Fischer
*Fischer's commercial
and marketing director*

MIDEA

Atualmente, destaca de seu portfólio a **churrasqueira elétrica Smokeless Grill Midea**. O aparelho possui a tecnologia smokeless, que proporciona um churrasco sem fumaça, possibilitando a sua utilização em ambientes fechados da casa ou do apartamento.

O produto, classificado como diferenciado pela empresa, conta com lâmpadas infravermelhas, com refletores especiais que orientam o calor para a grelha. Com isso, o cozimento é mais rápido. Prática e portátil, a churrasqueira tem **revestimento antiaderente**.

Currently, the **Smokeless Grill Midea electric** barbecue stands out from its portfolio. The appliance has smokeless technology, which provides a smokeless barbecue, allowing its use indoors in the house or apartment.

The product, classified as distinguished by the company, has infrared lamps, with special reflectors that direct the heat to the grill. This makes cooking faster. Practical and portable, the barbecue has a **non-stick coating**.



Fotos: Divulgação

Churrasqueira elétrica Smokeless Grill Midea – GRA20P1 e GRA20P2
Midea infrared electric barbecue grill – GRA20P1 e GRA20P2

Preço sugerido em 04/10/2021: R\$ 999,90.

Suggested price as of October 4, 2021: R\$ 999,90.



André Kliemann,
gerente de produtos
da Midea
product manager
at Midea

MONDIAL ELETRODOMÉSTICOS

Conta com duas churrasqueiras elétricas, a **Grand Steak & Grill CH-05** e a **Grand Steak & Grill II CH-06**.

De acordo com a empresa, ambas são até 80% mais econômicas que as churrasqueiras a carvão (economia comprovada quando comparado o custo do consumo elétrico do produto durante o período de uma hora com o custo de 2,5 kg de carvão vegetal).

Por serem churrasqueiras de mesa, são indicadas para apartamentos, sacadas pequenas e ambientes fechados. Versáteis, não fazem fumaça e grelham carnes, frangos, peixes, legumes, vegetais, espetinhos e hambúrgueres com rapidez.

It has two electric barbecue grills, the **Grand Steak & Grill CH-05** and the **Grand Steak & Grill II CH-06**. According to the company, both are up to 80% cheaper than charcoal grills (proven economy when comparing the cost of electrical consumption of the product during a period of one hour with the cost of 2.5 kg of charcoal).

Designed to be table grills, they are suitable for apartments, small balconies, and closed environments. Versatile, they are smokeless and grill meat, chicken, fish, vegetables, kabobs, and hamburgers quickly.

Churrasqueira Grand Steak & Grill CH-05
Grand Steak & Grill CH-05 barbecues

Preço sugerido em 08/10/2021: R\$ 254,90.
Suggested price as of October 8, 2021: R\$ 254,90.



Churrasqueira Grand Steak & Grill II CH-06
Grand Steak & Grill II CH-06 barbecues

Preço sugerido em 08/10/2021: R\$ 329,90.
Suggested price as of October 8, 2021: R\$ 329,90.



Jacques Krause,
diretor técnico e de
comércio exterior da
Mondial Eletrodomésticos
technical and foreign
trade director at Mondial
Eletrodomésticos

MULTILASER

Disponibiliza a **churrasqueira portátil a carvão Smokeless CE143**, de fácil montagem e uso. Vem com uma bolsa para transporte e pode ser utilizada em ambientes internos graças ao seu sistema inteligente que impede a gordura de entrar em contato com o carvão, o que evita o excesso de fumaça. O sistema de ventilação funciona com pilha ou USB e permite ao usuário controlar o nível da brasa.

Outro produto é a **churrasqueira elétrica CE 133**. Não emite fumaça e vem acompanhada de um pedestal gourmet desmontável, que possibilita a utilização em qualquer lugar. Com controle de temperatura, suporta até 200°C. Sua grelha de 40 cm de comprimento pode ser desmontada, assim como a bandeja coletora de gordura, o que facilita a higienização.

It offers the portable **Smokeless CE143 charcoal grill**, which is portable and easy to assemble and use. It comes with a carrying bag and can be used indoors thanks to its intelligent system that prevents grease from coming into contact with the charcoal, preventing excess smoke. The ventilation system works with battery or USB and allows the user to control the level of the coal.

Another product is the **CE 133 electric barbecue**. It doesn't emit smoke and comes with a detachable gourmet pedestal that allows it to be used anywhere. With temperature control, it supports up to 200°C. Its 40 cm long grid can be disassembled, as well as the grease collection tray, which facilitates cleaning.

Churrasqueira portátil a carvão Smokeless CE143
Smokeless CE143 portable charcoal barbecue grill
Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 699,90.
Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 699,90.



Churrasqueira elétrica CE 133, com pedestal gourmet
CE 133, with gourmet pedestal electric barbecue
Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 234,90.
Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 234,90.



Bruno Miranda,
líder de desenvolvimento
de produtos eletroportáteis
da Multilaser
*leader in the development of
electro-portable products at
Multilaser*

PROGÁS

Lançou há pouco o **forno assador rotativo de embutir PRR-040G Star** e a **churrasqueira Americana PRCA-340**. O primeiro tem visor e painel em vidro preto, design moderno, interior de aço inox e o diferencial de ser forno e churrasqueira. Vem com 4 espetos rotativos, cada qual com um motor, queimador infravermelho, bandeja coletora de gordura e válvula de segurança. Tem uma grade com dois níveis de posição, que serve para qualquer tipo de cozimento, para gratinar e finalizar os pratos.

Outro lançamento recente é a **churrasqueira Americana PRCA-340**. É um equipamento misto, permite a utilização dos espetos rotativos e da grelha simultaneamente. É móvel, tem duas rodas antiderrapantes, 3 espetos rotativos com motores individuais, grelha com abafador e fundo esmaltados, que facilitam a limpeza, mesa lateral de apoio e porta-espetos. ■■

*It recently launched the **PRR-040G Star built-in rotary roasting oven and the PRCA-340 American barbecue grill**. The first has a display panel in black glass, modern design, stainless-steel interior, and the differential of being an oven and barbecue. It comes with 4 rotating skewers, each with a motor, infrared burner, grease tray, and safety valve. It has a grid with two positions, which is suitable for any type of cooking, for browning and finishing the dishes.*

*Another recent launch is the **PRCA-340 American barbecue grill**. It has mixed functionality, allows the use of the rotating skewers and the grid simultaneously. It is portable, has two non-slip wheels, 3 rotating skewers with individual motors, a grill with enamel muffler and bottom, which facilitate cleaning, and a support side table and skewer holder. ■■*

Forno assador rotativo de embutir PRR-040G Star
PRR-040G Star built-in rotary roasting oven



Churrasqueira Americana PRCA-340
PRCA-340 American barbecue grill



Cristiano Mesquita,
diretor-presidente da Progás
Progás CEO



ALTA ESTAÇÃO PARA O MERCADO DE CERVEJEIRAS

**Festas de fim de ano e verão
impulsionam as vendas desses
produtos. Volume fica 50% mais
alto, em média, do que nos demais
meses do ano.**

HIGH SEASON FOR THE BEER FRIDGE MARKET

*New year and summer parties are sales drivers for
these products. On average, volume is 50% higher
than in other months of the year.*

NATAL - CHRISTMAS

Com a pandemia, a cervejeira foi mais um produto que o consumidor levou para dentro de casa. “No primeiro semestre de 2021, o mercado estava 90% maior que no mesmo período de 2020, e a tendência para os próximos meses é de aumento das vendas, seguindo o movimento de sazonalidade”, diz **Renata Dirickson, gerente local de categoria na Electrolux.**

É um mercado em alta, conta **Rafael Stricker, diretor da divisão eletro da Frigelar.** “Como um todo, teve aumento significativo em 2021, com destaque para os modelos residenciais. Acredito que, devido à pandemia, o consumidor acabou mudando os hábitos para o maior consumo em casa. A linha comercial também segue em alta com a reabertura de bares e restaurantes.”

Cada vez mais o consumidor procura formas práticas de lazer. “Isso já tem se apresentado como uma tendência crescente no mercado. No último ano, as pessoas buscaram alternativas para momentos de confraternização dentro de suas próprias casas, o que levou à maior procura por produtos como a cervejeira”, diz **Pedro Cheliga, gerente de desenvolvimento de produto da Philco.**

Em 2020, a média de consumo per capita de cerveja, no País, foi de 62,6 litros ante 59,9 litros em 2019. “O

With the pandemic, the beer fridge was another product that consumers took into their homes. “In the first half of 2021, the market was 90% larger than in the same period of 2020, and the trend for the coming months is for increased sales, following the seasonal movement”, says **Renata Dirickson, local category manager at Electrolux.**

It's a booming market, says **Rafael Stricker, director of Frigelar's appliance division.** “Holistically, there was a significant increase in 2021, with an emphasis on residential models. I believe that due to the pandemic, consumers ended up changing their habits towards greater consumption at home. The commercial line is also on the rise with the reopening of bars and restaurants.”

Consumers are increasingly looking for ways to enjoy everyday leisure. “This has already presented itself as a growing trend in the market. In the last year, people looked for alternatives to socialize in their own homes, which led to greater demand for products such as the beer fridges”, says **Pedro Cheliga, product development manager at Philco.**

In 2020, the beer consumption average per capita in the country was 62.6 liters, compared to 59.9 liters in 2019. “Brazil, one of the world's biggest beer-consuming markets, has a tropical climate and, to have an at





Foto: Shutterstock

Brasil, um dos mercados que mais consomem cerveja no mundo, tem clima tropical e, para que o consumo em casa seja uma boa experiência, as cervejeiras são um acessório quase indispensável. É um investimento assertivo”, diz Marina A. Heinzen, gerente de marketing da Suggar.

VENDAS

O canal digital tem puxado bastante as vendas de final de ano, muito pela mudança do comportamento de compras que a pandemia causou, diz Rafael. “Com a chegada do verão, nossa alta estação, e dos eventos e promoções online como a Black Friday, esperamos um aumento significativo nas vendas na comparação com o ano passado.”

Devido ao calor, bem como às diversas confraternizações entre familiares e amigos, as vendas, de fato, sobem nesta época do ano. “Certamente, o período entre outubro e fevereiro representa um grande pico nas buscas por cervejeiras”, acrescenta Pedro.

O volume de vendas fica, em média, 50% mais alto que nos demais meses do ano. **“A alta começa em setembro e permanece durante todo o verão, sendo novembro o mês mais significativo com o impacto da Black Friday”**, diz Renata. “Já o Natal é a principal data do varejo. Todos os segmentos do comércio crescem, estimulados, principalmente, pelo 13º salário”, lembra Marina.

*home consumption as a good experience, beer fridges are an almost indispensable accessory. It is an assertive investment”, says **Marina A. Heinzen, Suggar’s marketing manager.***

SALES

The digital channel has been driving sales at the end of the year, largely due to the change in purchasing behavior caused by the pandemic, says Rafael. “With the arrival of summer, our peak season, and online events and promotions like Black Friday, we expect a significant increase in sales compared to last year.”

Due to the heat, as well as the various get-togethers between family and friends, sales go up at this time of year. “Certainly, the period between October and February represents a great peak in the search for beer fridges”, adds Pedro.

*Sales volume is, on average, 50% higher than in other months of the year. **“The peak starts in September and remains throughout the summer, with November being the most significant month with the impact of Black Friday”**, says Renata. “Christmas is the main retail date. All segments of the commerce grow in this period, stimulated, mainly, by the 13th salary”, remembers Marina.*

ELECTROLUX

O modelo **BEER1** tem capacidade de 100 litros, armazena mais de 120 latas de cerveja de 350 ml. É Frost Free com painel externo white touch on glass, que controla a temperatura de menos 5°C a 10°C. Tem porta de vidro triplo que não embaça e aviso sonoro no painel, emitido após a cervejeira ficar aberta por 4 minutos. Sua função Festa, quando ativada, mantém a capacidade de refrigeração máxima por 6 horas, mesmo se a porta for aberta várias vezes. A função Turbo resfria as bebidas em 1 hora. Possui iluminação interna em LED, ativada sempre que a porta for aberta.

The **BEER1** model has a capacity of 100 liters, holds more than 120 350ml beer cans. It is Frost Free with a 'white touch on glass' outer panel that controls the temperature from minus 5°C to 10°C. It has a triple glass door that does not fog up and an audible warning on the dashboard, emitted after the beer fridge has been open for 4 minutes. Its Party function, when activated, maintains maximum cooling capacity for 6 hours, even if the door is opened several times. Turbo function cools drinks in 1 hour. It has internal LED lighting, activated whenever the door is opened.



Fotos: Divulgação

Cervejeira BEER1
Beer fridge BEER1

Preço sugerido em 06/10/2021: R\$ 5.389,00.
Suggested price as of October 6, 2021: R\$ 5.389,00.



Renata Dirickson,
gerente local de categoria
na Electrolux
local category manager at
Electrolux.

FRIGELAR

Disponibiliza marcas residenciais e comerciais. Suas cervejeiras trabalham com ventilação forçada para evitar o congelamento e podem atingir temperaturas negativas de até menos 6°C. O modelo residencial da marca, **EOS ECE100**, possui porta de vidro tripla, que não embaça e auxilia no menor consumo de energia. Conta, também, com os modos Turbo e o ECO.

*Provides residential and commercial brands. Their beer fridges work with forced ventilation to prevent freezing and can reach freezing temperatures of up to minus 6°C. The brand's residential model, **EOS ECE100**, has a triple glass door, which does not fog up and helps reduce energy consumption. It also has Turbo and ECO modes.*



EOS ECE100

Preço sugerido em 06/10/2021: 2.149,00.

Suggested price as of October 6, 2021: R\$ 2.149,00.



Rafael Stricker,
diretor da divisão
eletro da Frigelar
*director of Frigelar's
appliance division*

PHILCO

A cervejeira **PCV127** tem como principal diferencial ser 3 em 1, ou seja, também pode ser utilizada como frigobar e adega. Tem 96 litros de capacidade para armazenar 84 latas, ou 52 long necks, ou 30 garrafas de 800 ml ou 4 barris de 5 litros. A temperatura interna pode ser ajustada de menos 5°C até 18°C. Sua refrigeração é por compressor, o que a torna mais rápida e potente. Tem moderno design, display digital, iluminação interna em LED e porta com vidro anticondensação.

The **PCV127** beer fridge has as its main differential being 3-in-1, it can also be used as a minibar and cellar. It has 96 liters of capacity to store 84 cans, or 52 long necks, or 30 800ml bottles or 4 barrels of 5 liters each. The internal temperature can be adjusted from minus 5°C to 18°C. Its cooling is by compressor, which makes it faster and more powerful. It has a modern design, digital display, LED internal lighting and an anti-condensation glass door.



Fotos: Divulgação

Philco PCV127



Pedro Cheliga,
gerente de desenvolvimento
de produto da Philco
product development
manager at Philco

SUGGAR

Tem cervejeiras com capacidade de **50 litros e 98 litros**, que também podem ser utilizadas para outras bebidas. Os produtos são Frost Free, com compartimento para latas e garrafas. Possuem display digital para controle de temperatura de menos 6°C a 6°C, porta com vidro duplo, iluminação interna com LED, potência de 90 W (modelo de 50 litros) e 120 W (modelo de 98 litros). São de fácil instalação, não vibram e têm baixo consumo de energia. No modelo de 50 litros, na prateleira de cima, cabem 19 long necks de 365 ml e 8 na de baixo. ■■

*It has beer fridges with **50 and 80-liter** capacity that can also be used for other beverages. Products are Frost-Free, with compartment for cans and bottles. They have a temperature control digital display from minus 6°C to 6°C, double glazed door, internal LED lighting, power of 90W (50-liter model) and 120W (98-liter model). They are easy to install, do not vibrate and have low energy consumption. In the 50-liter model, the top shelf fits 19 long necks of 365ml and 8 on the bottom. ■■*

Cervejeira de 50 litros
50-liter beer fridge

Peço sugerido em 19/10/2021: R\$ 1.839,00.

Suggested price as of October 19, 2021: R\$ 1.839,00.



Cervejeira de 98 litros
98-liter beer fridge

Preço sugerido em 19/10/2021: R\$ 2.359,00.

Suggested price as of October 19, 2021: R\$ 2.359,00.



Marina A. Heinzen,
gerente de marketing
da Suggar
Suggar's marketing manager

INDÚSTRIA - INDUSTRY

por / by Leda Cavalcanti

17.0 kg

PANASONIC ALIA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA À ECONOMIA

No desenvolvimento de seus produtos, a empresa japonesa busca soluções que contribuam para a saúde e a sustentabilidade.



PANASONIC COMBINES
TECHNOLOGICAL
INNOVATION WITH
ECONOMY

*In the development of its products,
the Japanese company seeks
solutions that contribute to health
and sustainability.*

MÁQUINA DE LAVAR ROUPAS PANASONIC NA-F170P6T
PREÇO SUGERIDO EM 07/10/2021: R\$ 2.999,00.
PANASONIC NA-F170P6T WASHING MACHINE
SUGGESTED PRICE AS OF OCTOBER 7, 2021: R\$ 2.999,00.



O estudo contínuo do mercado brasileiro e a análise das reais necessidades dos consumidores estão levando a Panasonic a ampliar o seu portfólio com equipamentos mais eficientes e econômicos. “Com base nisso, desenvolvemos produtos com esses atributos para atender o mercado com inovação tecnológica alinhada à praticidade e à economia”, diz Caio Cavalheiro Madeira Marques, gerente-geral de produto da Panasonic do Brasil.

Um exemplo é a máquina de lavar NA-F170P6T, dotada de um sensor de carga que identifica o volume de água ideal de acordo com o peso das roupas dentro do equipamento. Por isso, é a mais econômica da categoria, ao se comparar o consumo de água nas máquinas de lavar da mesma capacidade (em quilos), conforme a tabela do Inmetro de consumo/eficiência energética.

Com capacidade para 17 kg de roupas, a NA-F170P6T conta com o sistema Ciclone, que dispensa o agitador central, o que resulta em mais limpeza e maior espaço interno. Possui painel digital com iluminação em LED e tecnologia antibactéria AG, composta por partículas de prata que são liberadas durante o último enxágue, o que possibilita eliminar 99,9% dos vírus e bactérias. A tecnologia está presente também em outra máquina, a NA-F160B6W.

The continuous study of the Brazilian market and the analysis of the real needs of consumers are leading Panasonic to expand its portfolio with more efficient and economical devices. “Based on this, we develop products with these attributes to serve the market with technological innovation aligned with practicality and economy”, says Caio Cavalheiro Madeira Marques, product general manager at Panasonic do Brasil.

An example is the NA-F170P6T washing machine, is equipped with a load sensor that identifies the ideal water volume according to the weight of the clothes inside. For this reason, it is the most economical in its category, when comparing the consumption of water in washing machines of the same capacity (in kilograms), according to the Inmetro table of consumption/energy efficiency.

With a capacity for 17 kg of clothes, the NA-F170P6T has the Cyclone system, which does not require the central agitator, which results in more cleaning and greater internal space. It has a digital panel with LED lighting and AG antibacterial technology, composed of silver particles that are released during the last rinse, which makes it possible to eliminate 99.9% of viruses and bacteria. The same technology is found in another machine, the NA-F160B6W.

Com capacidade de 17 kg, a NA-F170P6T tem sensor de carga que identifica o volume de água ideal de acordo com o peso das roupas dentro da máquina.

With 17kg capacity, the NA-F170P6T washing machine, is equipped with a load sensor that identifies the ideal water volume according to the weight of the clothes inside.





Fotos: Divulgação

CAIO CAVALHEIRO MADEIRA MARQUES

GELADEIRAS COM MENOR CONSUMO

A Panasonic vê como avanço a regulamentação para geladeiras, que entrará em vigor em junho de 2022. Todas as da marca, com tecnologia Inverter, estão classificadas com eficiência A+++, ou seja, são opções mais econômicas em relação ao consumo de energia elétrica. Conforme o modelo, um refrigerador da marca pode economizar até R\$ 284,36 ao ano na conta de luz do consumidor.

Como empresa de tecnologia, a preocupação com eficiência energética não é novidade para a Panasonic, diz Caio. "Hoje, por exemplo, temos o top freezer mais econômico produzido no Brasil. Nossos refrigeradores chegam a economizar mais de 40% que o exigido pelo Programa Brasileiro de Etiquetagem para a classificação A."

Essa mudança pode gerar um impacto econômico muito grande nos mais de 70 milhões de lares do País, afirma o executivo. "A penetração da geladeira é de quase 100%, é um produto que fica ligado em tempo integral." Entre as geladeiras eficientes da marca estão a Panasonic BB71 Black Glass, a Frost Free Branca BT55PV2W e a Frost Free Aço Escovado NR-BB53PV3X. ■■

EFFICIENT REFRIGERATORS

Panasonic sees as an advance the regulation for refrigerators, which will come into effect in June 2022. All brand products, with Inverter technology, are rated with A+++ efficiency, that is, they are more economical options in relation to electricity consumption. Depending on the model, a branded refrigerator can save up to R\$284.36 a year on the consumer's electricity bill.

As a technology company, to be energy efficient is nothing new for Panasonic, says Caio. "Today, for example, we have the most economical top freezer produced in Brazil. Our refrigerators save more than 40% than required by the Brazilian Labeling Program for classification A."

This change can generate a very large economic impact on more than 70 million homes in the country, says the executive. "The penetration of the refrigerator is close to 100%, it's a product that stays on full time." Amongst the brand's efficient refrigerators are the Black Glass Panasonic BB71, the Frost-Free White BT55PV2W and the Frost-Free Brushed Steel NRBB53 PV3X. ■■



GELADEIRA PANASONIC BB71 BLACK GLASS
PREÇO SUGERIDO EM 07/10/2021: R\$ 6.599,00.
 PANASONIC BB71 BLACK GLASS REFRIGERATOR
 SUGGESTED PRICE AS OF OCTOBER 7, 2021: R\$ 6.599.00.



GELADEIRA PANASONIC FROST FREE
AÇO ESCOVADO – NR-BB53PV3X
PREÇO SUGERIDO EM 07/10/2021:
R\$ 5.199,00.
 PANASONIC FROST-FREE BRUSHED-STEEL
 REFRIGERATOR – NR-BB53PV3X
 SUGGEST-ED PRICE AS OF OCTOBER 7, 2021: R\$ 5.199.00

**BRAZIL
ELECTRONICS**

Proteger seus ativos digitais nunca foi tão simples



O LUGAR SEGURO PARA SUAS CRIPTOMOEDAS

As exchanges online e as carteiras digitais podem desaparecer ou serem hackeadas.

Manter suas criptomoedas em ambiente offline é a solução.

*Seja um varejista autorizado da maior tecnologia
em segurança de criptomoedas.*



www.brazilelectronics.com

vendas@brazilelectronics.com

por / by Leda Cavalcanti

ATIVIDADE CONSTANTE GARANTE O CRESCIMENTO

Com soluções adaptadas às expectativas do consumidor e às alterações do mercado, a Atlas Eletrodomésticos aposta em aumento das vendas no período que vai da Black Friday às promoções de janeiro.

CONSTANT ACTIVITY ENSURES GROWTH

With adaptable solutions to consumer expectations and market changes, Atlas Eletrodomésticos bets in the increase in sales during the period of Black Friday through the January promotions.

Fotos: Divulgação



NEW U.TOP

O desenvolvimento de produtos de forma sistemática e permanente, que não sofreu nenhuma alteração durante a pandemia, tem trazido para a Atlas Eletrodomésticos o reconhecimento do trade. **"Temos uma atividade constante para garantir maior crescimento. São 70 anos de história. A Atlas está preparada, expandiu a estamparia, inaugurou a segunda unidade de esmaltação e lançou 25 produtos este ano", conta Clóvis Simões, diretor comercial da empresa.**

Recentes lançamentos, as linhas de fogões New U.Top e Dako Magister foram recebidas de forma muito positiva pelo mercado, diz Clóvis. "São produtos que têm design, tecnologia, modernidade, ousadia e ótimo custo-benefício. São soluções adaptadas às expectativas do consumidor. São nossas apostas para o Natal, ao lado da linha de cooktops e do forno elétrico Supreme Dako, o único que tem isolamento térmico com lã de basalto."

Depois de um segundo e terceiro trimestres desafiadores, o diretor tem uma visão otimista do período que vai da Black Friday às promoções de janeiro de 2022. "As pessoas ficaram um ano e meio dentro de casa. Agora estão saindo, se recolocando, buscando o lazer. Tudo isso vem acontecendo simultaneamente, e ainda há a expectativa da Copa do Mundo. Esse cenário aponta para um quarter que será o melhor do ano", explica.

As vendas de produtos essenciais, como fogões, geladeiras e lavadoras, deverão se manter. "São produtos ligados à essencialidade. Com a pandemia, as pessoas voltaram a curtir o lar. Isso fez com que ele retomasse o seu protagonismo", afirma Clóvis. **Com a projeção de crescimento de dois dígitos este ano, a Atlas Eletrodomésticos prepara um lançamento de impacto, uma solução de cocção para o início de 2022.**

PARA O NATAL

A Atlas releitou, com muitos diferenciais, a sua linha de fogões de piso U.Top, agora **New U.Top**, em branco, preto e espelhado, para atender os que buscam uma mesa de vidro semelhante a um cooktop, bem como os que a preferem em inox. O modelo tem pés embutidos, para maior estabilidade, frente toda de vidro temperado e puxador da porta de alumínio escovado. A mesa de inox, com linhas e dobras retas, facilita a limpeza.

Conta com trempes duplas esmaltadas. Na versão 5 bocas, vem com duas com 1,7 kW, duas com 2 kW e 1 tripla chama de 3,3 kW. O de 4 bocas vem com

The development of products in a permanent systematic manner, which didn't suffer with the pandemic, has brought to Atlas Eletrodomésticos the trade renown. **"We have constant activity to guarantee bigger growth. It is 70 years of history. Atlas is ready, expanded its patterns, opened its second enameling unit, and launched 25 products this year", tells Clóvis Simões, commercial director at Atlas.**

Recent launches, the New U.Top and Dako Magister ranges of stoves were received very positively by the market, says Clóvis. "These are products that have design, technology, modernity, boldness and great cost-benefit. They are solutions adapted to consumer expectations. They are our big bets for Christmas, along with the range of cooktops and the Supreme Dako electric oven, the only one that has thermal insulation with basalt wool."

After a challenging second and third quarters, the director has an optimistic view of the period from Black Friday to January 2022 promotions. "People stayed at home for a year and a half. Now they are going out, relocating, looking for leisure. All this is happening simultaneously, and there is still the expectation of the World Cup. This scenario points to a quarter that will be the best of the year", he explains.

Sales of essential products, like ovens, refrigerators, and washing machines should remain. "They are products deemed essential. With the pandemic, people went back into enjoying their home. This made that them take the center role", says Clóvis. **With the**

CLÓVIS SIMÕES,
diretor comercial da Atlas
Eletrodomésticos
commercial director at
Atlas Eletrodomésticos



2 de 1,7 kW, uma com 2 kW e uma com megachama de 2,5 kW. O forno vem de fábrica com manta térmica, o que torna o produto mais eficiente e econômico. Tem duas grades deslizantes e com regulagem de altura. Nas versões de 4 bocas, tem capacidade de 60 litros e na de 5 bocas, 100 litros.

Da marca Dako, a nova linha de fogões Magister, nas versões com 4 e 5 bocas, tem agora o novo **Magister Style**. Com moderno design, os modelos possuem mesa de vidro temperado com frente sextavada unida com as cantoneiras em aço inox. A mesa conta, ainda, com borda infinita e botões removíveis. A versão Style tem a frente espelhada, o que confere mais modernidade à cozinha. A linha tem trempes de ferro fundido com seis pontos de apoio para a panela.

Na versão de 5 bocas, o Dako Magister vem com duas com 1,7 kW, duas com 2 kW e uma com tripla chama de 3,3 kW. O forno tem capacidade de 100 litros. A versão de 4 bocas vem com duas de 1,7 kW, uma com 2 kW e uma com megachama de 2,5 kW. Nas duas versões, o forno, com frente em vidro e puxador embutido, tem capacidade de 60 litros e duas grades, uma deslizante, com duas regulagens de altura, e uma autodeslizante. ■■



growth projection of 2 digits this year, Atlas Eletrodomésticos prepares a launch to impact and solutions to infuse 2022.

FOR CHRISTMAS

Atlas relaunched, with many differentials, the U.Top floor stove line, now the **New U.Top** in white, black, and mirrored, to serve those who look for a glass table similar to the cooktop, as well as those who prefer stainless-steel. The model has built-in foot stands, for greater stability, tempered glass face and brushed steel door handle. The stainless-steel table, with straight lines and folds, facilitates cleaning.

It has double enameled trivets. In the 5-burner version, it comes with two with 1.7 kW, two with 2 kW and 1 triple flame of 3.3 kW. The 4-burner comes with 2 1.7 kW, one with 2 kW and one with 2.5 kW megafame. The oven comes from the factory with a thermal blanket, which makes the product more efficient and economical. It has two sliding grids and height adjustment. In the 4-burner versions, it has a capacity of 60 liters and in the 5-burners of 100 liters.

From the Dako brand, the new line of Magister stoves, in versions with 4 and 5 burners, now has the new **Magister Style**. With a modern design, the models have a tempered glass table with a hexagonal front joined with stainless-steel corners. The table also has an infinity edge and removable buttons. The Style version has a mirrored front, which makes the kitchen more modern. The line has cast iron trims with six pan support points.

In the 5-burner version, the Dako Magister comes with two with 1.7 kW, two with 2 kW and one with a 3.3 kW triple flame. The oven has a capacity of 100 liters. The 4-burner version comes with two 1.7 kW, one with 2 kW and one with 2.5 kW megafame. In both versions, the oven, with a glass front and built-in handle, has a capacity of 60 liters and two grids, a sliding one, with two height adjustments, and one self-sliding. ■■

Com a projeção de crescimento de dois dígitos este ano, a empresa prepara um lançamento de impacto, uma solução de cocção para o início de 2022.

With the growth projection of 2 digits this year, Atlas Eletrodomésticos prepares a launch to impact and solutions to infuse 2022.


eletrocompras

PLATAFORMA B2B



**Uma plataforma online exclusiva
para profissionais do setor
de bens duráveis.**

Ótimo canal para destacar produtos e lançamentos junto ao pequeno e médio varejo.



Acesso ao portfólio de produtos das melhores marcas do mercado, disponibilidade em tempo real!



eletrocompras

PLATAFORMA B2B

Registre-se agora mesmo!



 eletrocompras.com

 contato@eletrocompras.com

ESPECIAL GITEX GLOBAL 2021

Uma das maiores feiras de tecnologia apresentou robôs e carros com IA.



GITEX GLOBAL 2021 - SPECIAL

One of the biggest technology fairs featured AI robots and cars.

A feira Gulf Information Technology Exhibition, mais conhecida como Gitex Global, aconteceu em Dubai pela 41ª vez, entre os dias 17 e 21 de outubro último. Realizada no Dubai World Trade Centre, em pavilhão fechado, reuniu inovadores internacionais nas áreas de inteligência artificial, 5G, nuvem, big data, cibersegurança, blockchain, computação quântica, fintech, tecnologia em saúde e marketing imersivo.

Todos esses tópicos foram explorados em seis eventos simultâneos: Gitex Global, Gitex Future Stars, Future Blockchain Summit, AI Everything, Marketing Mania e Fintech Surge. Houve mais de 400 palestras, e as exposições incluíram computadores, robôs, supercarros e smartphones. Mais de mil empresas de tecnologia, entre elas Epson, Huawei, Ericsson, Dell Technologies, Infor e AWS, expuseram seus produtos.

Um dos atrativos da feira foi o Doctor Alfred, robô falante que funciona via inteligência artificial e reconhecimento de voz. Ele responde a qualquer pergunta, inclusive sobre a própria vida, e reconhece o sotaque de quem faz a indagação. Outro destaque nessa categoria foi o robô que distribui abraços e responde a todas as perguntas. É controlado remotamente por uma pessoa, usando um headset de realidade virtual e dois joysticks (quando a pessoa levanta o braço, o robô faz o mesmo). Havia ainda um terceiro robô, que distribui até 100 xícaras de café por hora e ainda faz 15 tipos diferentes da bebida.

MOBILIDADE URBANA

A feira também apresentou novas formas de mobilidade, como o carro de corrida voador elétrico e o carro-

The fair Gulf Information Technology Exhibition, better known as Gitex Global, took place in Dubai for the 41st time, between October 17th and 21st. Held at the Dubai World Trade Centre, in a closed pavilion, it brought together international innovators in the areas of artificial intelligence, 5G, cloud, big data, cybersecurity, blockchain, quantum computing, fintech, healthcare technology, and immersive marketing.

All of these topics were explored in six simultaneous events: Gitex Global, Gitex Future Stars, Future Blockchain Summit, AI Everything, Marketing Mania and Fintech Surge. There were over 400 lectures, and exhibits included computers, robots, supercars and smartphones. More than a thousand technology companies, including Epson, Huawei, Ericsson, Dell Technologies, Infor and AWS, exhibited their products.



conceito da Mercedes-Benz, chamado Vision Avtr. O carro é equipado com tecnologia que permite realizar determinadas tarefas através da leitura do pensamento do condutor, que precisa usar um dispositivo de controle da mente, uma faixa na cabeça que irá ler as simulações. No lugar do volante tem um painel de controle central – o cérebro do carro – que ajuda a movimentar o veículo. Os assentos são sustentáveis, feitos de materiais extraídos do oceano.

Outra exposição que chamou a atenção dos visitantes foi a de agricultura vertical. A utilização de um contêiner modularizado para agricultura hidropônica inteligente, que utiliza a IoT e um sistema operacional para regular o ambiente de cultivo, tempo de crescimento e a qualidade do produto, possibilita o cultivo em áreas áridas, como Dubai, ou em pequenos espaços. As empresas conseguiram cultivar quatro vegetais diferentes juntos. ■■



One of the exhibits attractions was Doctor Alfred, a talking robot that works via artificial intelligence and voice recognition. He answers any question, including about his own life, and recognizes the accent of the questioner. Another highlight in this category was the robot that gives out hugs and answers all questions. It is remotely controlled by one person, using a virtual reality headset and two joysticks (when the person raises their arm, the robot does the same). There was also a third robot, which dispenses up to 100 cups of coffee an hour, and still makes 15 different types of drink.

URBAN MOBILITY

The event also showcased new forms of mobility, such as the electric flying race car and the Mercedes-Benz concept car called Vision Avtr. The car is equipped with technology that allows it to perform certain tasks by reading the driver's thoughts, who need to use a mind control device, a headband that will read the simulations. Instead of the steering wheel, there is a central control panel – the car's brain – that helps to move the vehicle. The seats are sustainable, made from materials taken from the ocean.

Another exhibition that caught the attention of visitors was vertical agriculture. The use of a modularized container for smart hydroponic agriculture, which uses IoT and an operating system to regulate the growing environment, growing time and product quality, makes it possible to grow in arid areas like Dubai or in small spaces. The companies were able to grow four different vegetables together. ■■

DUBAI EXPO 2020

Mesmo não tendo sido realizada em 2020 por causa da pandemia, a feira manteve o nome. Aberto em 1º de outubro último, o evento internacional vai até 31 de março de 2022, contando com delegações de mais de 190 países. Tem como tema “Conectando Mentes, Criando o Futuro”. A exposição apresenta inovações em três eixos temáticos: Oportunidade, Mobilidade e Sustentabilidade. A programação inclui debates sobre negócios, gastronomia, tecnologia, ciências, urbanismo, cultura e economia, com um grande foco em sustentabilidade.

Por sua grandiosidade, a Expo Dubai 2020 está sendo considerada um novo bairro da cidade dos Emirados Árabes pelos próximos meses. Ocupa 438 hectares e reúne diversos setores como empresas privadas, ONGs e instituições governamentais. São esperadas cerca de 25 milhões de pessoas durante o período do evento.

Even though it was not held in 2020 because of the pandemic, the fair kept its name. Opened on October 1st, the international event runs until March 31, 2022, with delegations from over 190 countries. Its theme is “Connecting Minds, Creating the Future”. The exhibition presents innovations in three thematic axes: Opportunity, Mobility and Sustainability. The program includes debates on business, gastronomy, technology, science, urbanism, culture and economy, with a strong focus on sustainability.

Due to its grandeur, Expo Dubai 2020 is being considered a new neighborhood in the city of the United Arab Emirates for the coming months. It occupies 438 hectares and brings together various sectors such as private companies, NGOs and government institutions. About 25 million people are expected during the event period.

DOSSIÉ
DOSSIER

WATER PURIFIERS
**PURIFICADORES
DE ÁGUA**

Produtos que colaboram para a boa saúde, os purificadores eliminam bactérias, odores e o sabor do cloro. São indispensáveis para a saúde e sua eficiência também é atestada pelos números. Nos últimos 12 meses, foram vendidos 70 milhões de filtros de água, de acordo com dados da empresa de pesquisas GfK. Com a proximidade do verão, a categoria se prepara para obter uma grande performance, como ocorre todos os anos. Este **Dossiê** apresenta os purificadores que estão à disposição do varejo.

Products that contribute to good health, these purifiers eliminate bacteria, odors, and any chlorine taste. They are indispensable to the health and its efficiency is also tested in numbers. In the last 12 months, 70 million water filters were sold according to the GfK research. With summer approaching, the category prepares for a big performance, like it happens every year. This **Dossier** shows purifiers available for retailers.

COLORMAQ PURIFICADOR DE ÁGUA COLORMAQ COMPRESSOR GRAFITO GRAPHITE COLORMAQ COMPRESSOR WATER PURIFIER

Foto: Divulgação



Preço sugerido em 14/10/2021: R\$ 859,90.

Suggested price as of October 14, 2021: R\$ 859,90.

Disponível em 127 V e 220 V, possui design moderno na cor grafite. O purificador oferece água natural ou gelada por meio de um sistema de refrigeração de compressor. Permite regular a água para melhor qualidade e maior segurança. Pode ser instalado em bancadas, paredes ou em armários. Tem capacidade para 1,4 litro de água gelada. O filtro pode ser trocado em segundos, de maneira fácil e prática.

Available in 127 V and 220 V, it has a modern design in graphite color. The purifier delivers natural or chilled water through a compressor refrigeration system. Allows you to regulate the water for better quality and greater safety. It can be installed on countertops, walls, or cabinets. It holds 1.4 liters of ice water. The filter can be changed in seconds, easily and conveniently.

CONSUL

PURIFICADOR DE ÁGUA CONSUL ELETRÔNICO COM REFRIGERAÇÃO

CONSUL ELECTRONIC WATER PURIFIER WITH COOLING

Com três níveis de temperatura, natural, fria ou gelada, o novo purificador bivolt da marca garante maior segurança na ingestão da água com a filtragem Classe A, deixando-a livre de bactérias e do cloro. Também remove as menores partículas de sujeira. Disponível nas cores cinza (CPB33AF) e branca (CPB33AB), o produto tem alta durabilidade. A troca do refil é fácil e não exige a ajuda de um técnico. Basta girar e inserir um novo.

With three temperature levels, natural, chilled, or cold, the brand's new bi-volt purifier guarantees greater safety in water intake with its Class A filtration, leaving it free from bacteria and chlorine. It also removes the smallest dirt particles. Available in gray (CPB33AF) and white (CPB33AB) colors. The product has high durability, changing the refill is easy and does not require the help of a technician. Just rotate it and insert a new one.



Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 689,00.

Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 689,00.

ELECTROLUX

PURIFICADOR PURE 4X (PE12V)

PURE 4X PURIFIER (PE12V)

Possui a tecnologia Acqua Pure, que reduz o cloro, os odores e partículas presentes na água. É eficaz no controle do nível microbiológico e enche o copo até 4 vezes mais rápido. Com design compacto, está disponível em quatro cores. Seu painel touch tem iluminação de LED para facilitar a escolha das três opções de temperatura, gelada, fria e natural. A troca do refil é feita a cada 3 mil litros ou seis meses de uso. Possui bandeja removível e pés de borracha antiderrapante.

It has Acqua Pure technology, which reduces chlorine, odors and particles present in water. It is effective in controlling the microbiological level and fills the cup up to 4 times faster. With a compact design, it is available in four colors. Its LED touch panel has lighting to make it easy to choose from the three temperature options, cold, chilled, and natural. The refill must be replaced every 3,000 liters or six months of use. It has a removable tray and non-slip rubber feet.



Fotos: Divulgação

Preço sugerido em 04/10/2021: R\$ 769,00.

Suggested price as of October 14, 2021: R\$ 769,00.

ESMALTEC

PURIFICADOR PURÁGUA ACQUA7

PURÁGUA ACQUA7 PURIFIER

Nas cores branca e preta, tem sete estágios de purificação. Filtra impurezas, reduz o teor de cloro e faz controle microbiológico, impedindo a proliferação de algas e bactérias. Seu sistema de refrigeração é por compressor, mantendo a água gelada. Tem saída de água direcional para encher jarras e lavar alimentos, além de aparador de água removível. O refil é fácil de trocar e purifica em média 3 mil litros de água ou o equivalente a seis meses de uso. Vem com suporte de parede.

In white and black, it has seven stages of purification. It filters impurities, reduces the chlorine content, and performs microbiological control, preventing the proliferation of algae and bacteria. Its refrigeration system is by compressor, keeping the water cold. It has a directional water outlet for filling jugs and washing food, as well as a removable water tray. The refill is easy to change and purifies an average of 3,000 liters of water or the equivalent of six months of use. Comes with a wall bracket.



Preço sugerido em 05/10/2021: R\$ 879,00 (modelo branco).

Suggested price as of October 5, 2021: R\$ 879,00 (white model).

EUROPA

PURIFICADOR EUROPA SUMMER LINE UVLS HF

EUROPA SUMMER PURIFIER LINE UVLS HF



Preço sugerido em 08/10/2021: R\$ 2.995,00.

Suggested price as of October 8, 2021: R\$ 2.995,00.

Tem tecnologia de purificação que retém 99,99% das substâncias químicas e orgânicas presentes na água. Não é preciso trocar o refil por até dois anos. Elimina vírus, bactérias patogênicas e protozoários, além de impurezas, odores e sabores. Absorve o cloro e libera cálcio e magnésio. Nas versões 127 V e 220 V, tem reservatório com 2,6 litros de armazenamento e compressor ecológico que não utiliza o gás CFC, prejudicial à camada de ozônio.

It has purification technology that retains 99.99% of the chemical and organic substances present in water. It is not necessary to change the refill for up to two years. Eliminates viruses, pathogenic bacteria, and protozoa, as well as impurities, odors, and flavors. Absorbs chlorine and releases calcium and magnesium. In the 127V and 220V versions, it has a reservoir with 2.6 liters of storage and an ecological compressor that does not use CFC gas, which is harmful to the ozone layer.

IBBL

IBBL E-DUE EQUILIBRIUM



Fotos: Divulgação

Preço sugerido em 05/10/2021: a partir de R\$ 599,00.

Suggested price as of October 5, 2021: starting at R\$ 599,00.

Com moderno design, é compacto e intuitivo. Seu refil Equilibrium oferece água purificada com retenção de partículas, controle da proliferação de bactérias, remoção do cloro e equilíbrio de pH. Tem bica articulável para encher jarras e botão misturador que entrega água em temperatura natural, gelada ou misturada. Sua tecnologia Girou Trocou permite ao usuário trocar o refil com rapidez. O LED Trocar Refil aciona a luz vermelha no painel, indicando a hora da troca. A refrigeração é termoeétrica (por placa eletrônica). Em branco e em prata, é indicado para residências de até quatro pessoas.

With a modern design, it is compact and intuitive. The Equilibrium refill provides purified water with particle retention, bacterial growth control, chlorine removal and pH balance. It has a swivel spout to fill jugs and a mixer button that delivers water at natural temperature, cold or mixed. Its Girou Trocau technology allows the user to change the refill quickly. The Replace Refill LED turns on the red light on the panel, indicating the replacement time. Cooling is thermoelectric (by electronic board). In white and silver, it is suitable for homes of up to four people.

LORENZETTI

PURIFICADOR ACQUA DUE

ACQUA DUE PURIFIER

O produto, com torneira Acqua Due, tem o conceito 2 em 1, oferece água natural para lavar a louça ou purificada para beber e cozinhar. O processo de purificação é feito em três etapas, retirando as impurezas sólidas e eliminando gostos, odores e o excesso de cloro proveniente da rede pública. Também evita a proliferação de bactérias. Sua capacidade de purificação equivale a 75 galões de 20 litros ou mais de 1 mil garrafas de 1,5 litro. O refil tem capacidade para 1.500 litros e é fácil de trocar. Tem design slim e duas saídas separadas de água. Disponível na cor branca e com duas versões para instalação, mesa ou parede.

The product with Acqua Due fosset has the 2-1 concept, pours natural and purified water. The purification process has 3 stages, removing the solid impurities and eliminating taste, odors, and excess chlorine coming from public reservoir. It also avoids bacteria growth. The purification capacity is equivalent to 75 gallons of 20 liters or up to 1,000 1.5 liter-bottles. The refill has capacity of 1,500 liters and easy to replace. It has slim design and 2 water exits. Available in white color and with 2 installation options, table, or wall.



Preço sugerido em 28/09/2021: R\$ 95,00.

Suggested price as of September 28, 2021: R\$ 95,00.

O QUE VEM DEPOIS DO “C” DO TIC?

WHAT COMES AFTER “C” ON TIC?

MARIANO GORDINHO

PRESIDENTE-EXECUTIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA DISTRIBUIÇÃO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (ABRADISTI)

EXECUTIVE PRESIDENT OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF INFORMATION
TECHNOLOGY DISTRIBUTION (ABRADISTI)



Foto: Divulgação

O nome TIC, que é o acrônimo de tecnologia da informação e comunicação, é suficientemente abrangente para “quase definir” tudo o que influi no modelo de funcionamento da nossa sociedade. Temos presenciado mudanças que vêm transformando o setor. Podemos afirmar que a letra “S” de segurança praticamente se transformou em um segmento dentro do mundo TIC.

A preocupação com a segurança, principalmente de dados e comunicação, sempre foi relevante. Hoje, analisando a dimensão que o setor de TIC alcançou, me parece que a segurança, antes um item a ser checado em um projeto, conquistou status de “letra que define mais um pilar” dentro do setor.

Não é mais possível pensar em TIC sem considerar esse fator. Basta pensar nos carros autônomos, nos ambientes complexos onde são armazenadas todas as nossas informações ou nos eletrodomésticos inteligentes. Não dá mais para imaginar qualquer um desses cenários sem a “segurança compatível”!

É notório que houve mudanças estruturais no mercado, principalmente do ponto de vista do consumidor de tecnologia. Daí o meu palpite de que, se tivéssemos de escolher mais uma letra para agregar ao acrônimo TIC, seria o “S”, da imprescindível segurança. Assim, a nova definição passaria a ser TICS. E com muita justiça. ■■

In a market that is becoming sophisticated at an extraordinary speed, it is difficult to make predictions about what will be the next innovation to be incorporated into the technology sector.

The name TIC, which is the acronym for information and communication technology, is comprehensive enough to “almost define” everything that influences the functioning model of our society. We have witnessed changes that have been transforming the sector. We can say that the letter “S” for security practically turned into a segment within the ICT world.

The concern with security, especially of data and communication, has always been relevant. Today, analyzing the dimension that the ICT sector has reached, it seems to me that security, once an item to be checked in a project, has conquered the status of “letter that defines one more pillar” within the sector.

It is no longer possible to think about ICT (TIC) without considering this factor. Just think of autonomous cars, complex environments where all our information is stored, or smart appliances. You can no longer imagine any of these scenarios without “compatible security”!

There’s been structural changes in the market, especially from the perspective of the technology consumer. Hence my hunch that if we had to choose one more letter to add to the acronym TIC, it would be the “S”, for the essential security. Thus, the new definition would become TICS. And in fairness. ■■

FALTA DE COMPONENTES AFETA OS SERVIÇOS DE PÓS-VENDAS

LACK OF COMPONENTS AFFECTS AFTER-SALES SERVICES

WAGNER GATTO

DIRETOR-EXECUTIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PÓS-VENDAS EM ELETROELETRÔNICOS (ABRASA)

EXECUTIVE DIRECTOR OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF AFTER-SALES IN ELECTRO-ELECTRONICS (ABRASA)



Foto: Arquivo

Não obstante a categoria de prestadores de serviços de pós-vendas de assistência técnica em eletroeletrônicos ter sido considerada essencial pelo Comitê da Covid-19 do Estado de São Paulo e com o mesmo entendimento no Rio de Janeiro, Porto Alegre e outras cidades do País, uma ameaça pode prejudicar o trabalho dos profissionais do setor.

Durante a pandemia, as assistências técnicas funcionaram ininterruptamente, respeitando, logicamente, todos os protocolos exigidos pelos serviços de vigilância, mas agora começam a enfrentar um seríssimo problema, que é a falta de peças e componentes.

Notamos um significativo desabastecimento de peças e componentes com a crescente demanda por consertos e reparos. Lembramos que, com o aumento das vendas, é natural que maior número de produtos seja levado às assistências técnicas, mas, devido à escassez de peças, elas não têm como prestar atendimento imediato.

O problema pode se agravar ainda mais nos próximos meses, inclusive por causa do aumento de preço de algumas peças de reposição. Os prestadores de serviços de pós-vendas não terão como atender os consumidores de imediato. Além disso, os custos poderão inviabilizar os reparos. A Abrasa vem trabalhando no sentido de encontrar uma solução satisfatória para os dois lados. ■■

Notwithstanding the category of after-sales service providers for technical assistance in electronics has been considered essential by the Committee of Covid-19 of the State of São Paulo and with the same understanding in Rio de Janeiro, Porto Alegre and other cities in the country, any threat can harm the work of professionals in this sector.

During the pandemic, technical assistance worked uninterruptedly, respecting of course, all the protocols required by the inspection services, but now they are starting to face a very serious problem, which is the lack of parts and components.

We noticed a significant shortage of parts and components with the growing demand for repairs. We remind you that, with the increase in sales, it is natural that a greater number of products will be taken to technical assistance places, but due to the shortage of parts, they are unable to provide immediate service.

The problem could get even worse in the coming months, mostly due to the increase in the price of some spare parts. After-sales service providers will not be able to serve consumers with immediate repairs. In addition, costs may make repairs unfeasible. Abrasa has been working to find a satisfactory solution for both sides. ■■

SAIBA MAIS SOBRE A ECONOMIA CIRCULAR

LEARN MORE ABOUT CIRCULAR ECONOMY

SERGIO DE CARVALHO MAURICIO PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RECICLAGEM DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS (ABREE)

*PRESIDENT OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION FOR THE RECYCLING OF ELECTRONICS
AND HOUSEHOLD APPLIANCES (ABREE)*



Foto: Divulgação

Economia circular é um conceito que associa desenvolvimento econômico com o meio ambiente. Para especialistas, é trabalhar as ações ambientais equilibrando preservação com a economia e, com o avanço da tecnologia, incorporar soluções inovadoras na rotina dos cidadãos e das empresas.

Os famosos 3Rs (Reduzir, Reutilizar e Reciclar) são fundamentais para a economia circular, pois é preciso reinserir os materiais reciclados na cadeia, permitindo a redução do consumo de recursos naturais. Processos otimizados, novas tecnologias e a conscientização do consumidor são vitais para o desenvolvimento da sociedade.

A logística reversa é uma etapa. Temos trabalhado para intensificar a logística reversa de equipamentos eletroeletrônicos e eletrodomésticos em fase final de vida útil, desenvolvendo a rede de recebimento de produtos e levando informação.

Todo o setor está empenhado na sua parte, incentivando o consumidor a levar o produto até o ponto de recebimento. Trabalhar com sustentabilidade gera oportunidades de negócios, postos de trabalho e mão de obra qualificada.

O País deu um passo importante com o Decreto Federal 10.240, que oficializa a política de logística reversa de eletroeletrônicos e eletrodomésticos e define metas para os próximos cinco anos. A implantação está em ritmo acelerado. O momento é de manter o foco e promover a consciência coletiva. ■■

Circular economy is a concept that associates economic development with the environment. For specialists, it means working on environmental actions, balancing preservation with the economy and, with the advancement of technology, incorporating innovative solutions into the routine of citizens and companies.

The famous 3Rs (Reduce, Reuse and Recycle) are fundamental for the circular economy, as it is necessary to reinsert recycled materials into the chain, allowing for a reduction in the consumption of natural resources. Optimized processes, new technologies and consumer awareness are vital for society's development.

Reverse logistics is one phase. We have been working to intensify the reverse logistics of electronic equipment and household appliances in the final phase of their useful life, developing the network for receiving products and taking information.

The entire sector is committed to its part, encouraging consumers to take the product to the point of receipt. Working with sustainability generates business opportunities, jobs, and qualified labor.

The country took an important step with Federal Decree 10.240, which formalizes the reverse logistics policy for electronics and household appliances and sets goals for the next five years. Deployment is at an accelerated pace. The time is now to maintain focus and promote collective awareness. ■■

CENÁRIO ECONÔMICO RECOMENDA OTIMISMO MODERADO PARA BLACK FRIDAY E NATAL

ECONOMIC SCENARIO RECOMMENDS MODERATE OPTIMISM FOR BLACK FRIDAY AND CHRISTMAS

JORGE NASCIMENTO

PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE FABRICANTES DE PRODUTOS ELETROELETRÔNICOS (ELETROS)

PRESIDENT OF THE NATIONAL ASSOCIATION OF MANUFACTURERS OF ELECTRO-ELECTRONIC PRODUCTS (ELECTRONICS)



Foto: Divulgação

O 4º trimestre, graças aos dois eventos, Black Friday e Natal, tem sido historicamente decisivo para os resultados da indústria, e esperamos que neste ano não seja diferente. Em 2020, apesar da pandemia, tivemos um impacto bastante positivo no período, nos possibilitando encerrar o ano em estabilidade diante do caos ocorrido no 1º semestre.

Entretanto é preciso reconhecer que, hoje, vivemos um momento completamente diferente. Se por um lado ficamos aliviados com a vacinação avançada, de outro temos um consumidor inclinado a gastar parte da sua renda em serviços de lazer, entretenimento e, em especial, com o turismo.

Essa disputa pelos recursos dos consumidores é natural e previsível. O que preocupa, de fato, é que esse movimento positivo de volta à normalidade ocorre em um cenário econômico delicado, com forte pressão inflacionária e cambial e forte impacto dos custos logísticos e dos insumos. A consequência é uma inevitável alta nos preços dos produtos.

Ainda assim, seguimos confiantes, trabalhando intensamente para atender o varejo da melhor maneira, buscando a competitividade necessária para superarmos os atuais desafios. ■■

The 4th quarter, thanks to the two events, Black Friday and Christmas, has historically been decisive for the industry results, and we hope that this year will be no different. Despite the pandemic, 2020 had a very positive impact in the period, enabling us to end the year stable even with the chaos that occurred in the 1st semester.

However, we must recognize that today we live in a completely different moment. If through one side we are relieved with the vaccination advances, through the other we have a consumer inclined to spend part of their income with entertainment, leisure, and specially tourism.

This dispute for consumers resources is natural and predictable. In fact, what is concerning is that this positive movement towards normality occurs in a very delicate economic scenario, with a strong pressure on inflation and exchange rate that increases logistics and supply costs. Consequently, the increase in product prices is inevitable.

Yet, we remain confident working hard to serve the retail in the best way, seeking the competitiveness necessary to overcome current challenges. ■■

5G E OS EFEITOS SOBRE O VAREJO

5G AND THE EFFECTS ON RETAIL

THIAGO CARVALHO

**ASSESSOR ECONÔMICO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS,
SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO (FECOMERCIOSP)**

*ECONOMIC ADVISOR OF THE FEDERATION OF TRADE OF GOODS, SERVICES AND
TOURISM OF THE STATE OF SÃO PAULO (FECOMERCIOSP)*



Foto: Divulgação

Até o fim do ano, deve ocorrer o leilão da rede 5G no Brasil, a tecnologia de transmissão de dados mais aguardada da história – tanto por oferecer uma conexão de internet dez vezes mais veloz que a atual como por contribuir para o aumento dos níveis de produtividade da economia em longo prazo.

Para a atividade de eletroeletrônicos, os impactos da rede 5G podem ser divididos em duas frentes. A primeira delas é o lançamento de novos produtos, compatíveis com a rede, já que ela é um dos pilares para o desenvolvimento da Internet das Coisas (IoT) e das cidades inteligentes, bem como para o uso de tecnologias de realidade virtual e realidade aumentada. No futuro, o consumidor poderá interagir com a geladeira de casa para verificar os itens faltantes quando estiver no supermercado, por exemplo – e esses produtos inovadores serão comercializados pelo varejo.

A segunda é o impacto sobre as operações da empresa, já que a rede 5G propiciará mais conectividade entre marcas e consumidores, fundamental para o varejo no contexto atual de crescimento das vendas online e de novos meios de pagamento. Além disso, ferramentas como realidade aumentada e realidade virtual na loja física mudarão a forma como o espaço é estruturado, resultando em menores custos. Em suma, mudanças significativas estão a caminho, e o empresário deve estar preparado para sair à frente dos concorrentes. ■■

By the end of the year, there should be an auction of the 5G network in Brazil, the most awaited data transmission technology in history - both for offering an internet connection ten times faster than the current one, and for contributing to the increase in the levels of long-term productivity of the economy.

For the consumer electronics activity, the impact of the 5G network can be divided into two fronts. The first is the launch of new products, compatible with the network, as it is one of the pillars for the development of the Internet of Things (IoT) and smart cities, as well as for the use of virtual reality and augmented reality technologies. In the future, consumers will be able to interact with the refrigerator at home to check for missing items when they are in the supermarket, for example – and these innovative products will be commercialized by retailers.

The second is the impact on the company's operations, as the 5G network will provide more connectivity between brands and consumers, essential for retail in the current context of growing online sales and new payment methods. Additionally, tools such as augmented reality and virtual reality in the physical store will change the way space is structured, resulting in lower costs. In short, significant changes are on the way, and the entrepreneur must be prepared to get ahead of the competition. ■■

LOGÍSTICA REVERSA: MAIS DO QUE APENAS UMA OBRIGAÇÃO

REVERSE LOGISTICS: MORE THAN JUST AN OBLIGATION

HENRIQUE MENDES

GERENTE DE SUSTENTABILIDADE DA ABINEE, ASSOCIAÇÃO FUNDADORA DA GREEN ELETRON

ABINEE SUSTAINABILITY MANAGER, FOUNDING ASSOCIATION OF GREEN ELETRON



Foto: Divulgação

A Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan) publicou um estudo que mostra que o Estado perde R\$ 1 bilhão em resíduos recicláveis por ano. A pesquisa ajuda a entender a mudança de paradigma que atravessamos na sociedade.

Quando a Política Nacional de Resíduos Sólidos foi publicada, em 2010, trouxe a obrigação da criação de Sistemas de Logística Reversa pelos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, que, na época, a receberam apenas como uma despesa extra.

Mas, com o amadurecimento do diálogo, essa percepção mudou. Hoje, um grupo crescente de empresas compreende o tema como uma engrenagem fundamental para a migração dos modelos de negócio rumo a uma economia mais circular.

O estudo da Firjan é uma das provas dessa mudança. Além disso, diversos fóruns debatem a economia circular, nas revisões de normas técnicas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e da Comissão Eletrotécnica Internacional (IEC), nos grupos de trabalho geridos pela Confederação Nacional da Indústria ou na elaboração de novas normas ISO.

É urgente romper a dinâmica de geração de lixo e aumentar a vida útil dos materiais, aproveitando ao máximo o valor dos recursos extraídos e transformados. A partir dessa conduta, abrimos espaço a novos modelos de negócio, propostas de valor e formas de relacionamento com os consumidores. A logística reversa é uma necessidade que vai muito além da obrigação legal. ■■

The Federation of Industries of Rio de Janeiro (Firjan) published a study that shows that the state loses R\$ 1 billion in recyclable waste per year. The research helps to understand the paradigm shift that we are going through in society.

When the National Solid Waste Policy was published in 2010, it brought the obligation to create Reverse Logistics Systems for manufacturers, importers, distributors, and traders, who, at the time, received it only as an extra expense.

But as the dialogue matured, that perception changed. Today, a growing group of companies understand the theme as a fundamental engine for the migration of business models towards a more circular economy.

The Firjan study is one of the proofs of this change. In addition, several forums debate the circular economy, in the technical standards reviews of the Brazilian Association of Technical Standards (ABNT) and the International Electrotechnical Commission (IEC), in working groups managed by the National Confederation of Industry or in the preparation of new ISO standards.

It is urgent to break the waste generation dynamic and increase the useful life of materials, making the most of the value of extracted and transformed resources. Based on this approach, we opened space for new business models, value propositions and forms of relationship with consumers. Reverse logistics is a need that goes far beyond the legal obligation. ■■

PIM PODE FECHAR O ANO COM NÚMEROS HISTÓRICOS

PIM CAN CLOSE THE YEAR WITH HISTORICAL NUMBERS

ALGACIR ANTONIO POLSIN
SUPERINTENDENTE DA ZONA FRANCA DE MANAUS (SUFRAMA)
SUPERINTENDENT OF THE MANAUS FREE ZONE (SUFRAMA)



Foto: Divulgação

Após ter faturado R\$ 74 bilhões no primeiro semestre e alcançado crescimento de aproximadamente 60% na comparação com o mesmo período do ano passado, o Polo Industrial de Manaus (PIM) iniciou o segundo semestre também em ritmo aquecido.

No mês de julho, o PIM faturou o montante de R\$ 13,29 bilhões (sua segunda melhor marca do ano) e ganhou ainda mais força para fechar 2021 com números históricos de produtividade e faturamento.

O segmento de eletroeletrônicos (incluindo bens de informática) é, sem dúvida, o que lidera esse desempenho recorde do PIM. Responde, atualmente, por quase metade do faturamento gerado e por cerca de 40% da mão de obra empregada (efetivos, temporários e terceirizados). Celulares, tablets, microcomputadores portáteis e home theaters são alguns produtos representativos do segmento que estão desfrutando de um ano bastante positivo até o momento.

O fortalecimento do PIM e a melhoria do ambiente de negócios da Zona Franca de Manaus foram metas prioritárias do governo federal nesses mil dias de gestão recentemente completados. A Suframa, como autarquia vinculada ao Ministério da Economia e um dos principais representantes da administração federal na região, seguirá trabalhando para que o PIM seja robustecido e seus indicadores avancem, buscando contribuir, assim, para maior difusão dos seus impactos, especialmente na geração de emprego e renda para a população regional. ■■

After having invoiced BRL 74 billion in the first semester and achieving growth of approximately 60% in comparison with the same period last year, the Manaus Industrial Pole (PIM) also started the second semester at a heated pace.

In July, PIM earned R\$ 13.29 billion (its second-best mark of the year) and gained even more strength to close 2021 with historical numbers of productivity and sales.

The consumer electronics segment (including IT goods) is, without a doubt, the leader in PIM's record performance. It currently accounts for almost half of the revenue generated and for around 40% of the employed workforce (permanent, temporary, and outsourced). Cell phones, tablets, PCs, and home theaters are some representative products of the segment that are enjoying a very positive year so far.

The strengthening of the PIM and the improvement of Manaus Free Trade Zone business environment were priority goals of the federal government in these thousand days of administration recently completed. SUFRAMA, as an autarchy linked to the Ministry of Economy and one of the main representatives of the federal administration in the region, will continue working so that the PIM is strengthened and its indicators advance, thus seeking to contribute to greater dissemination of its impacts, especially in the generation of employment and income for the regional population. ■■

eletrolarshow

ALL CONNECTED

11 A 14 DE JULHO DE 2022
Transamerica Expo Center
São Paulo - SP




Acesse nosso site

eletrolarshow.com.br

Contato:

 11 3035-1030

 comercial@grupoeletrolar.com.br

ENTRADA EXCLUSIVA PARA PROFISSIONAIS DO SETOR, DEVIDAMENTE IDENTIFICADOS.

MAIS QUE DIGITAL

O MAIOR EVENTO DE NEGÓCIOS ENTRE A INDÚSTRIA
E O VAREJO DE ELETROS E TI DA AMÉRICA LATINA



Presencial | Digital | Marketplace B2B

PERMITIDA A ENTRADA SOMENTE PARA MAIORES DE 18 ANOS.

MAIS QUE DIGITAL



eletrolarshow
ALL CONNECTED
11 A 14 DE JULHO DE 2022

www.eletrolarshow.com.br

Presencial | Digital | Plataforma B2B